

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pariwisata modern di Indonesia saat ini menjadi bagian dari transformasi ekonomi dan layanan yang terus bergerak mengikuti perubahan sosial, kebijakan, serta dinamika permintaan wisata. Seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat dan kebutuhan rekreasi, pariwisata tidak hanya dipahami sebagai aktivitas kunjungan, tetapi sebagai industri jasa yang menuntut pengalaman (experience) dan kualitas layanan yang konsisten. Kondisi ini mengharuskan destinasi wisata mampu mempertahankan daya saing melalui layanan yang responsif, aman, dan berorientasi pada kepuasan wisatawan, karena pengalaman wisatawan sangat mudah memengaruhi citra destinasi serta keputusan kunjungan berikutnya.

Sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang devisa utama bagi perekonomian Indonesia. Situasi terkini menunjukkan bahwa sektor pariwisata juga menghadapi tantangan dari sisi kebijakan dan efisiensi anggaran. Pemerintah menetapkan kebijakan efisiensi belanja melalui Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 1 Tahun 2025 bahwa anggaran dipangkas sebesar Rp603,8 miliar, dari anggaran awal Rp1,48 triliun menjadi hanya Rp884,9 miliar (Sumber: Inpres No.1 Tahun 2025). Dampaknya dapat memengaruhi intensitas promosi, pengembangan destinasi, hingga aktivitas pendukung seperti event yang biasanya mendorong kunjungan. Kondisi ini menuntut tempat untuk menjaga kualitas layanan agar tetap

kompetitif, meskipun sumber daya dan tekanan operasional meningkat. Keberlangsungan destinasi wisata bukan hanya bergantung pada faktor eksternal, tetapi juga pada kesiapan internal organisasi dalam mengelola operasional layanan secara konsisten. Kualitas layanan dipahami sebagai kemampuan dalam mengelola sumber daya serta komunikasi secara efektif agar tetap adaptif terhadap perubahan lingkungan. Pelaku usaha pariwisata dituntut memenuhi standar yang mencakup unsur sarana, sistem manajemen, dan sumber daya manusia, sehingga konsistensi perilaku dan kinerja karyawan sebagai garda terdepan layanan. Organisasi perlu memastikan bahwa sistem kerja berjalan efektif dan karyawan memiliki kesiapan untuk memberikan pelayanan yang stabil, terutama ketika terjadi lonjakan pengunjung pada jam ramai maupun periode liburan.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah di Indonesia. Meningkatnya aktivitas perjalanan wisatawan dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap kegiatan rekreasi dan hiburan semakin tinggi. Sektor Wisata mampu mendorong berbagai daerah untuk terus mengembangkan potensi wisata yang dimiliki guna menarik lebih banyak kunjungan wisatawan. Sektor pariwisata mampu menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan sektor ekonomi lainnya. Daerah yang memiliki destinasi wisata yang beragam dan fasilitas menjadi tujuan utama wisatawan. Jumlah perjalanan wisatawan dapat dijadikan untuk melihat tingkat daya tarik suatu daerah wisata. Data jumlah perjalanan wisatawan berdasarkan provinsi di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut :

Tabel 1. 1 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara ke Provinsi di Pulau Jawa Tahun 2024

No	Nama Provinsi	Jumlah Perjalanan Wisatawan
1.	Jawa Timur	204,88 Juta
2.	Jawa Barat	180, 58 Juta
3.	Jawa Tengah	131,80 Juta
4.	DKI Jakarta	90,44 Juta
5.	Banten	61, 87 Juta
6.	DI Yogyakarta	29,68 Juta

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), Statistik Wisatawan Nusantara 2024

Berdasarkan Tabel 1.1, Provinsi Jawa Barat mencatat jumlah perjalanan wisatawan sebesar 180,58 juta perjalanan pada tahun 2024. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa Jawa Barat menjadi salah satu provinsi dengan tingkat kunjungan wisatawan yang sangat tinggi di Pulau Jawa. Tingginya jumlah perjalanan wisatawan ini mengindikasikan bahwa Jawa Barat memiliki daya tarik yang kuat bagi wisatawan, baik yang berasal dari dalam maupun luar daerah. Kondisi tersebut didukung oleh keberagaman potensi wisata yang dimiliki, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, hingga wisata buatan yang tersebar di berbagai kabupaten dan kota.

Besarnya jumlah perjalanan wisatawan ke Jawa Barat juga tidak terlepas dari letak geografis provinsi yang strategis serta didukung oleh kemudahan akses transportasi. Jawa Barat berbatasan langsung dengan DKI Jakarta sebagai pusat pemerintahan dan kegiatan ekonomi nasional, sehingga mobilitas masyarakat menuju berbagai destinasi wisata di Jawa Barat relatif tinggi. Selain itu, perkembangan infrastruktur jalan tol, transportasi umum, dan fasilitas pendukung pariwisata turut mendorong peningkatan kunjungan wisatawan ke berbagai daerah di Jawa Barat.

Tingginya aktivitas perjalanan wisatawan tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan sektor pariwisata daerah. Semakin banyak

wisatawan yang berkunjung, semakin besar pula peluang bagi pemerintah daerah dan pelaku industri pariwisata untuk mengembangkan destinasi wisata yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta pengembangan usaha masyarakat yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata.

Jawa Barat merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang memiliki beragam potensi wisata alam, budaya, maupun buatan yang mampu menarik minat wisatawan. Tingginya aktivitas wisata di wilayah tersebut menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian daerah. Karakteristik destinasi wisata yang berbeda pada setiap wilayah menyebabkan tingkat kunjungan wisatawan yang beragam. Kondisi tersebut mencerminkan adanya perbedaan daya tarik dan kemampuan masing-masing daerah dalam menarik wisatawan. Data jumlah wisatawan pada kabupaten di Jawa Barat disajikan pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1. 2 Data Minat Wisata Pada Kabupaten di Jawa Barat 2024

Kabupaten	Wisata Alam	Wisata Budaya	Total Potensi ODTW
Kabupaten Pangandaran	233	103	390
Kabupaten Bogor	121	135	317
Kabupaten Bandung	77	175	313
Kabupaten Garut	115	40	226
Kabupaten Majalengka	118	39	204
Kabupaten Bandung Barat	79	19	169

Sumber : Open Data Jabar

Berdasarkan Tabel 1.2, Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi pariwisata yang cukup besar dengan total 169 objek daya tarik wisata (ODTW). Potensi tersebut terdiri dari 79 wisata alam dan 19 wisata budaya, sedangkan sisanya merupakan jenis wisata lain yang turut mendukung perkembangan

sektor pariwisata di daerah tersebut. Banyaknya jumlah objek wisata menunjukkan bahwa sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah Kabupaten Bandung Barat. Selain mampu menarik wisatawan lokal maupun luar daerah, perkembangan sektor pariwisata juga memberikan dampak terhadap peningkatan aktivitas usaha, penyerapan tenaga kerja, serta pengembangan fasilitas penunjang wisata.

Perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Bandung Barat menyebabkan setiap wilayah berlomba-lomba mengembangkan potensi wisata yang dimiliki. Perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Bandung Barat menyebabkan setiap wilayah berlomba-lomba menghadirkan konsep wisata yang beragam. Kondisi tersebut menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu bidang yang memiliki tingkat persaingan cukup tinggi antarwilayah maupun antarobjek wisata. Setiap daerah perlu mampu mengelola dan memanfaatkan potensi wisata yang dimiliki agar tetap memiliki daya tarik bagi wisatawan.

Kawasan wisata yang berkembang pesat umumnya ditandai dengan tingginya jumlah objek wisata serta meningkatnya kunjungan wisatawan setiap tahunnya. Semakin banyak objek wisata yang tersedia, maka semakin besar pula peluang daerah tersebut menjadi pusat aktivitas pariwisata. Hal tersebut juga mendorong meningkatnya kebutuhan terhadap fasilitas penunjang wisata, seperti transportasi, kuliner, penginapan, serta pelayanan wisata yang memadai. Dengan demikian, perkembangan sektor pariwisata tidak hanya berdampak pada objek wisata itu sendiri, tetapi juga memengaruhi aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat di sekitarnya.

Salah satu wilayah di Kabupaten Bandung Barat yang memiliki perkembangan pariwisata cukup pesat adalah Kecamatan Lembang. Kawasan ini dikenal sebagai daerah wisata yang memiliki kondisi alam sejuk serta berbagai pilihan destinasi wisata yang menarik. Letak geografis yang strategis dan akses yang cukup mudah dijangkau menjadikan Kecamatan Lembang sebagai salah satu tujuan wisata favorit bagi masyarakat. Keberagaman jenis wisata yang tersedia juga membuat kawasan ini mampu menarik pengunjung dari berbagai kalangan.

Perkembangan sektor pariwisata di Kecamatan Lembang terlihat dari banyaknya objek wisata yang tersebar di wilayah tersebut. Berbagai jenis wisata hadir dengan konsep dan daya tarik yang berbeda-beda, mulai dari wisata alam hingga wisata buatan dan budaya. Keberagaman objek wisata tersebut menunjukkan bahwa Kecamatan Lembang memiliki potensi wisata yang cukup lengkap dibandingkan beberapa wilayah lainnya di Kabupaten Bandung Barat. Kondisi tersebut juga menyebabkan aktivitas pariwisata di kawasan Lembang berlangsung cukup aktif, terutama pada akhir pekan dan musim liburan.

Tingginya aktivitas wisata di Kecamatan Lembang menyebabkan persaingan antarobjek wisata semakin ketat, sehingga setiap pengelola perlu menghadirkan konsep wisata yang menarik dan memberikan pengalaman terbaik bagi pengunjung untuk mempertahankan minat wisatawan. Tingginya jumlah wisatawan membuat aktivitas operasional pada setiap objek wisata menjadi lebih kompleks. Kawasan dengan jumlah objek wisata yang tinggi menjadi menarik untuk dikaji karena memiliki dinamika aktivitas pariwisata yang cukup besar. Data jumlah objek wisata di Kecamatan Lembang dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut.

Tabel 1. 3 Potensi Wisata di Kabupaten Bandung Barat Tahun 2024

Kecamatan	Wisata Alam	Wisata Buatan & Budaya	Total
Lembang	20	28	48
Cisarua	12	8	20
Rongga	17	3	20
Gununghalu	5	7	12

Sumber : BPS Kabupaten Bandung Barat, 2024

Berdasarkan Tabel 1.3, Kecamatan Lembang merupakan salah satu kawasan wisata unggulan di Kabupaten Bandung Barat yang memiliki potensi pariwisata cukup besar. Kawasan ini memiliki total 48 objek wisata yang terdiri dari 20 wisata alam serta 28 wisata buatan dan budaya. Banyaknya jumlah objek wisata tersebut menunjukkan bahwa sektor pariwisata di Lembang berkembang dengan pesat dan mampu menarik minat wisatawan dari berbagai daerah. Kondisi tersebut menjadikan Lembang sebagai salah satu pusat aktivitas pariwisata yang memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian daerah.

Perkembangan sektor pariwisata di Kecamatan Lembang menyebabkan persaingan antarobjek wisata menjadi semakin tinggi. Setiap pengelola wisata dituntut untuk mampu menciptakan daya tarik yang unik agar dapat mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat. Persaingan tersebut tidak hanya terlihat dari segi konsep wisata dan fasilitas yang diberikan, tetapi juga dari kualitas pelayanan yang diterima oleh pengunjung selama berada di lokasi wisata. Oleh sebab itu, setiap perusahaan wisata perlu melakukan berbagai upaya agar mampu memberikan pengalaman yang baik bagi wisatawan.

Karakteristik pekerjaan pada sektor pariwisata umumnya memiliki tingkat aktivitas yang cukup tinggi dan dinamis. Karyawan dituntut untuk mampu bekerja

secara cepat, ramah, disiplin, dan responsif terhadap kebutuhan pengunjung. Tingginya jumlah pengunjung pada waktu tertentu, seperti akhir pekan atau hari libur, sering kali menyebabkan peningkatan beban kerja dalam kegiatan operasional perusahaan. Kondisi tersebut membuat perusahaan perlu memiliki sistem pengelolaan kerja yang baik agar aktivitas operasional tetap berjalan secara optimal.

Sumber daya manusia memiliki kedudukan yang strategis untuk menentukan tingkat kinerja di dalam organisasi. SDM dipandang sebagai aset paling berharga karena berperan sebagai pelaksana, pengelola, hingga perancang sistem kerja organisasi (Aula et al., 2022). Melalui pengelolaan SDM yang baik, organisasi diharapkan mampu menjaga kualitas layanan secara konsisten. Tingginya jumlah wisatawan yang datang juga menuntut kesiapan pengelola dalam menyediakan fasilitas dan menjaga kenyamanan pengunjung.

Kecamatan Lembang memiliki beberapa objek wisata yang cukup populer dan ramai dikunjungi wisatawan, baik wisata alam maupun wisata buatan. Banyaknya pilihan tempat wisata di kawasan tersebut menyebabkan setiap perusahaan wisata harus mampu mempertahankan eksistensi dan daya tarik yang dimiliki. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan yaitu dengan menghadirkan konsep wisata yang unik serta memberikan pelayanan yang mampu menarik perhatian pengunjung. Dengan adanya kondisi tersebut, objek wisata yang memiliki jumlah pengunjung tinggi menjadi menarik untuk diteliti karena memiliki aktivitas operasional yang lebih kompleks dibandingkan objek wisata lainnya.

Salah satu objek wisata yang cukup dikenal di Kecamatan Lembang adalah *Floating Market* Lembang. Objek wisata ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena

merupakan salah satu destinasi wisata unggulan yang memiliki konsep wisata terpadu serta jumlah pengunjung yang cukup tinggi di Kabupaten Bandung Barat. *Floating Market* Lembang menawarkan berbagai aktivitas wisata seperti wisata kuliner, wisata keluarga, serta suasana alam yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Tingginya jumlah pengunjung tersebut menyebabkan aktivitas operasional perusahaan berjalan cukup padat sehingga membutuhkan pengelolaan yang baik dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Adapun data jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Kabupaten Bandung Barat Tahun 2024 dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut.

Tabel 1. 4 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Kabupaten Bandung Barat Tahun 2024

Objek Wisata	Lokasi	Jumlah Pengunjung
Lembang Park & Zoo	Lembang, KBB	37.554
<i>Floating Market</i> Lembang	Lembang, KBB	18.924
Orchid Forest Lembang	Lembang, KBB	21.089
Dusun Bambu	Lembang, KBB	26.085

Sumber : Disparbud KBB via ANTARA & Herald id (Herald ID)

Berdasarkan Tabel 1.4, *Floating Market* Lembang merupakan salah satu objek wisata yang berada di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat dengan jumlah pengunjung mencapai 18.924 pengunjung. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa *Floating Market* Lembang memiliki tingkat kunjungan yang cukup tinggi dibandingkan beberapa objek wisata lainnya di kawasan Lembang. Tingginya jumlah pengunjung tersebut mencerminkan bahwa *Floating Market* Lembang mampu menjadi salah satu destinasi wisata yang diminati oleh wisatawan, baik wisatawan lokal maupun luar daerah.

Tingginya minat wisatawan terhadap *Floating Market* Lembang dipengaruhi oleh konsep wisata yang ditawarkan perusahaan. *Floating Market* Lembang menghadirkan konsep wisata terapung yang dipadukan dengan wisata kuliner, wisata keluarga, serta suasana alam yang sejuk khas kawasan Lembang. Selain itu, perusahaan juga menyediakan berbagai fasilitas dan wahana pendukung yang mampu menarik perhatian pengunjung dari berbagai kalangan. Kondisi tersebut menyebabkan *Floating Market* Lembang menjadi salah satu objek wisata yang cukup ramai dikunjungi, terutama pada akhir pekan dan musim liburan.

Jumlah pengunjung yang tinggi pada suatu objek wisata tentunya akan memengaruhi aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak pengunjung yang datang, maka semakin besar pula kebutuhan perusahaan dalam menjaga kualitas pelayanan, kenyamanan, keamanan, serta pengelolaan fasilitas wisata. Aktivitas operasional perusahaan juga menjadi lebih kompleks karena perusahaan harus mampu melayani pengunjung dalam jumlah besar dengan tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang baik. Perusahaan wisata perlu memiliki pengelolaan operasional yang efektif agar kegiatan wisata dapat berjalan dengan optimal.

Kondisi operasional yang padat pada objek wisata dengan jumlah pengunjung tinggi juga dapat menimbulkan berbagai dinamika dalam lingkungan kerja perusahaan. Aktivitas kerja yang berlangsung secara terus-menerus, terutama pada hari libur atau musim wisata, membuat perusahaan perlu memperhatikan berbagai kondisi yang terjadi selama kegiatan operasional berlangsung. Tingginya interaksi antara karyawan dan pengunjung juga menyebabkan perusahaan harus mampu menjaga stabilitas operasional agar pelayanan kepada wisatawan tetap berjalan dengan baik.

Berdasarkan kondisi tersebut, *Floating Market* Lembang dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu objek wisata yang memiliki tingkat kunjungan cukup tinggi serta aktivitas operasional yang aktif di Kecamatan Lembang. Tingginya jumlah pengunjung menjadikan *Floating Market* Lembang memiliki dinamika operasional yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, diperlukan pengamatan terhadap berbagai kondisi yang terjadi di lingkungan perusahaan untuk mengetahui fenomena yang berkaitan dengan aktivitas operasional di *Floating Market* Lembang. Dapat dilihat pada Tabel 1.5 yang menyajikan distribusi penduduk bekerja menurut kelompok jam kerja.

Tabel 1. 5 Distribusi Penduduk Bekerja Menurut Jam Kerja dan Status Jam Kerja di Provinsi Jawa Barat (Februari 2025)

No	Kategori	Jumlah (Juta Orang)	Persentase (%)
1.	Bekerja <35 jam/minggu (1–34 jam)	7,11	28,45
2.	Bekerja ≥ 35 jam/minggu (Pekerja Penuh)	17,88	71,55
3.	Pekerja Paruh Waktu (<35 jam; tidak mencari/tidak bersedia kerja lain)	5,22	20,88
4.	Setengah Penganggur (<35 jam; masih mencari/bersedia kerja tambahan)	1,89	7,57

Sumber : BPS Provinsi Jawa Barat, *Booklet* Sakernas Provinsi Jawa Barat Februari 2025

Berdasarkan Tabel 1.5, data ketenagakerjaan menunjukkan bahwa sebanyak 17,88 juta orang atau 71,55% tenaga kerja termasuk ke dalam kategori pekerja penuh dengan jam kerja ≥ 35 jam per minggu. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pekerja di Indonesia menjalankan aktivitas kerja dengan durasi yang relatif panjang. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa dunia kerja saat ini menuntut keterlibatan tenaga kerja yang cukup tinggi dalam menjalankan aktivitas pekerjaan agar target dan kebutuhan organisasi dapat tercapai.

Tingginya proporsi pekerja penuh menunjukkan bahwa pengaturan jam kerja menjadi salah satu aspek penting dalam aktivitas ketenagakerjaan. Jam kerja tidak hanya berkaitan dengan waktu yang digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana perusahaan mengatur operasional agar kegiatan kerja dapat berjalan secara efektif dan produktif. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu menyesuaikan sistem kerja dengan karakteristik serta kebutuhan operasional yang dimiliki.

Karakteristik jam kerja pada setiap perusahaan umumnya berbeda-beda, terutama pada perusahaan yang bergerak di sektor jasa dan pariwisata. Aktivitas operasional pada sektor tersebut cenderung berlangsung lebih dinamis karena dipengaruhi oleh jumlah pengunjung, waktu operasional, serta kebutuhan pelayanan secara langsung kepada konsumen. Pada kondisi tertentu, perusahaan wisata bahkan memerlukan aktivitas kerja yang lebih intensif, khususnya pada akhir pekan atau musim liburan ketika jumlah pengunjung meningkat.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan wisata memerlukan pengaturan jam kerja yang mampu mendukung kelancaran operasional perusahaan. Pengelolaan jam kerja yang tepat menjadi penting agar kegiatan pelayanan tetap berjalan dengan baik tanpa mengganggu efektivitas operasional perusahaan. Selain itu, pengaturan jam kerja juga perlu disesuaikan dengan kebutuhan pelayanan yang berlangsung selama jam operasional wisata sehingga perusahaan dapat tetap memberikan kenyamanan kepada pengunjung.

Sebagai salah satu objek wisata dengan tingkat kunjungan yang cukup tinggi di Kecamatan Lembang, *Floating Market* Lembang tentunya memiliki sistem operasional yang menyesuaikan dengan kebutuhan pelayanan wisata. Tingginya aktivitas pengunjung menyebabkan perusahaan perlu mengatur pelaksanaan kerja

secara terstruktur agar seluruh kegiatan operasional dapat berjalan dengan optimal. Dengan demikian, sistem jam kerja yang diterapkan perusahaan menjadi bagian penting dalam mendukung aktivitas pelayanan di lingkungan wisata. Karena itu, perusahaan menetapkan sistem pengaturan jam kerja yang disesuaikan dengan kebutuhan operasional destinasi wisata yang disajikan dalam table 1.5 jam kerja karyawan yang ditetapkan oleh *Floating Market* Lembang.

Tabel 1. 6 Jam Kerja Karyawan *Floating Market* Lembang

No	Aspek Kerja	Keterangan
1.	Jam kerja per hari	8 jam kerja (Bekerja ≥ 35 jam/minggu (Pekerja Penuh))
2.	Sistem kerja	Shift (pagi dan siang)
3.	Lembur	Diberlakukan sesuai kebutuhan operasional
4.	Hari kerja	Karyawan bekerja 6 hari dalam seminggu
5.	Ketentuan libur	1 hari libur dalam seminggu (tidak diperbolehkan pada akhir pekan)

Sumber : Data Internal *Floating Market*, 2026

Berdasarkan Tabel 1.6, pengaturan jam kerja karyawan di *Floating Market* Lembang ditetapkan selama 8 jam per hari dengan sistem kerja shift, yaitu shift pagi dan shift siang. Sistem ini diterapkan untuk memastikan pelayanan kepada pengunjung tetap berjalan secara optimal sepanjang jam operasional. Selain itu, perusahaan juga memberlakukan lembur sesuai kebutuhan operasional, terutama pada periode dengan tingkat kunjungan tinggi. Dalam satu minggu, karyawan bekerja selama enam hari dengan ketentuan satu hari libur yang tidak diperbolehkan pada akhir pekan, mengingat akhir pekan merupakan waktu dengan tingkat kunjungan tertinggi.

Berdasarkan kondisi jam kerja tersebut, karyawan *Floating Market* Lembang menghadapi tuntutan kerja yang cukup tinggi, terutama pada akhir pekan dan musim liburan ketika jumlah pengunjung meningkat secara signifikan. Sistem kerja enam hari dalam seminggu, pembagian shift, serta ketentuan libur yang tidak dapat diambil pada akhir pekan berpotensi menyebabkan berkurangnya waktu

istirahat dan waktu bersama keluarga. Kondisi tersebut dapat memengaruhi keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi (*Work-Life Balance*) karyawan. Apabila kondisi ini berlangsung dalam jangka waktu yang lama, maka dapat menimbulkan kelelahan kerja, menurunnya semangat kerja, hingga berkurangnya keterikatan karyawan terhadap pekerjaan.

Tingginya intensitas pelayanan langsung kepada pengunjung menuntut karyawan untuk bersikap ramah, responsif, dan mampu bekerja sama dalam situasi operasional yang padat. Kondisi kerja yang dinamis berpotensi membuat karyawan lebih fokus pada penyelesaian tugas utama dibandingkan menunjukkan perilaku sukarela di luar pekerjaan formal atau *Organizational Citizenship Behavior* (OCB). Fenomena ini penting untuk dikaji karena perilaku OCB sangat dibutuhkan dalam organisasi jasa pariwisata guna menjaga kualitas pelayanan dan kenyamanan pengunjung.

Organizational Citizenship Behavior (OCB) merupakan perilaku sukarela karyawan yang melampaui tuntutan pekerjaan formal dan berkontribusi positif terhadap efektivitas organisasi (Suyati & Rahman, 2022). Ketika OCB melemah, kerja tim menjadi kurang solid dan kualitas interaksi dengan klien cenderung menurun (Hasibuan & Pasaribu, 2025), sehingga secara tidak langsung dapat memengaruhi profesionalisme dan efektivitas organisasi.

Peneliti melakukan pra-survei untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi kerja serta perilaku karyawan yang berkaitan dengan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB). Pra-survei dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden karyawan *Floating Market* Lembang berdasarkan kesediaan responden dalam mengisi kuesioner. Kegiatan pra-survei ini bertujuan untuk

mengetahui fenomena awal yang terjadi di lingkungan kerja, khususnya yang berkaitan dengan *Work-Life Balance*, kepuasan kerja, *WORK ENGAGEMENT*, dan OCB karyawan. Selain itu, hasil pra-survei juga digunakan sebagai dasar dalam memperkuat relevansi variabel penelitian serta mendukung identifikasi permasalahan yang akan diteliti lebih lanjut. Adapun hasil pra-survei terkait OCB karyawan disajikan pada Tabel 1.6.

Tabel 1. 7 Hasil Kuesioner Pra-Survei Variabel *Organizational Citizenship Behavior* di (Floating Market Lembang)

No	Variabel	Dimensi	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata Rata
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1.	Organizational Citizenship Behavior	Altruism	0	19	11	0	0	71	2,37
		Conscientiousness	2	13	15	0	0	73	2,43
		Courtesy	0	18	12	0	0	72	2,40
		Sportsmanship	0	23	7	0	0	67	2,23
		Civic Virtue	2	16	12	0	0	70	2,33
Skor Rata-rata Organizational Citizenship Behavior								2,35	

Sumber : Pra-Survey diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pra-survei *Organizational Citizenship Behavior* (OCB), diperoleh skor rata-rata sebesar 2,35, yang menunjukkan bahwa perilaku OCB karyawan masih belum optimal. Dimensi *Sportsmanship* memperoleh nilai rata-rata 2,23, sedangkan dimensi *Civic Virtue* memperoleh nilai rata-rata 2,33. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa masih terdapat karyawan yang belum sepenuhnya menunjukkan sikap positif dalam menghadapi kondisi dan permasalahan pekerjaan serta belum berpartisipasi secara aktif dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan organisasi.

Rendahnya skor pada dimensi *Sportsmanship* menunjukkan adanya kecenderungan karyawan untuk kurang mampu menerima kondisi kerja yang kurang ideal tanpa keluhan serta belum sepenuhnya mempertahankan sikap positif

ketika menghadapi tantangan pekerjaan. Rendahnya skor pada dimensi *Civic Virtue* mengindikasikan bahwa kepedulian dan keterlibatan karyawan terhadap perkembangan organisasi masih perlu ditingkatkan. Kondisi tersebut terlihat dari belum optimalnya partisipasi karyawan dalam mengikuti informasi, kegiatan, maupun berbagai hal yang berkaitan dengan kemajuan organisasi.

Temuan pra-survei ini menunjukkan adanya indikasi permasalahan pada perilaku *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) karyawan. Padahal, perilaku OCB merupakan salah satu faktor penting yang dapat mendukung efektivitas dan keberhasilan organisasi karena mencerminkan kesediaan karyawan untuk memberikan kontribusi yang melebihi tuntutan tugas formalnya.

Kondisi ini menunjukkan bahwa OCB tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh faktor organisasi dan kondisi psikologis karyawan. Oleh karena itu, diperlukan pemetaan faktor-faktor yang dapat mendorong munculnya OCB, terutama dalam konteks organisasi jasa yang menuntut interaksi pelayanan tinggi, sehingga organisasi dapat meningkatkan perilaku positif karyawan dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Gambaran faktor-faktor yang dipetakan dalam pra-survei disajikan pada Tabel 1.8.

Tabel 1. 8 Hasil Pra-Survey Terkait Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Organizational Citizenship Behavior* Karyawan Di *Floating Market* Lembang

No	Variabel	Dimensi	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata Rata
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1	Transformational Leadership	teladan	0	0	7	21	2	115	3,83
		memberi semangat	0	0	13	13	4	111	3,70
		mendorong ide	0	0	8	18	4	116	3,87
		(perhatian individu)	0	0	9	15	6	117	3,90
Skor Rata-rata Transformational Leadership									3,83
2	Job Characteristics Model	variasi keterampilan	0	0	5	20	5	120	4,00
		arti/dampak pekerjaan	0	0	13	13	4	111	3,70

Lanjutan Tabel 1.8

		Autonomy (kebebasan kerja)	0	0	8	14	8	120	4,00
		umpan balik	0	0	10	17	3	113	3,77
Skor Rata – rata <i>Job Characteristics Model</i>									3,87
3	Work Engagement	Vigor (energi/semangat)	0	23	6	1	0	68	2,27
		Dedication (dedikasi/ kebanggaan)	2	7	20	1	0	80	2,67
		Absorption (tenggelam/ fokus)	22	8	0	0	0	68	2,27
Skor Rata-rata <i>Work Engagement</i>									2,40
4	Pemberdayaan psikologis	Makna	0	0	3	27	0	117	3,90
		Kompetensi	0	0	11	12	7	116	3,87
		Otonomi	0	0	11	17	2	111	3,70
		Dampak	0	0	7	16	7	120	4,00
Skor Rata-rata Pemberdayaan psikologis									3,87
5	Work-Life Balance	Work Interference with Personal Life	1	20	9	0	0	68	2,27
		Personal Life Interference with Work	1	18	11	0	0	70	2,33
		Personal Life Enhancement of Work	1	15	14	0	0	73	2,43
		Work Enhancement of Personal Life	0	24	6	0	0	66	2,20
Skor Rata-rata <i>Work-Life Balance</i>									2,31
6	Dukungan Organisasi	Keadilan	0	0	8	22	0	112	3,73
		Dukungan atasan	0	0	8	18	4	116	3,87
		Penghargaan & kondisi kerja	0	0	12	12	6	114	3,80
Skor Rata-rata Dukungan Organisasi									3,80
7	Technostress (tekanan akibat teknologi)	Teknologi rumit	0	0	5	20	5	120	4,00
		Beban bertambah	0	0	12	13	5	113	3,77
		Takut tertinggal	0	0	11	15	4	113	3,77
		Sering berubah	0	0	7	19	4	117	3,90
Skor Rata-rata <i>Technostress</i>									3,86
8	Kepuasan Kerja	Pekerjaan	0	20	10	0	0	70	2,33
		Gaji	1	17	12	0	0	71	2,37
		Promosi	2	16	12	0	0	70	2,33
		Aturan Prosedur Kerja	1	23	6	0	0	65	2,17
		Rekan Kerja	1	16	13	0	0	72	2,40
Skor Rata-rata Kepuasan Kerja									2,32
Total = Nilai x Frekuensi									
Rata-rata = Jumlah Skor : Jumlah Responden (30 Karyawan)									
Skor Rata-rata = Jumlah Rata-rata : Jumlah Pertanyaan									

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1.8, hasil pra-survei menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) karyawan di memiliki kecenderungan yang berbeda. Variabel yang bersifat

struktural dan organisasi seperti Transformational Leadership (3,83), Job Characteristics Model (3,87), Pemberdayaan Psikologis (3,87), Dukungan Organisasi (3,80), dan *Technostress* (3,86) berada pada kategori cukup tinggi, yang menunjukkan bahwa sistem kerja, peran pimpinan, serta dukungan organisasi dinilai relatif baik oleh karyawan.

Sebaliknya, variabel yang berkaitan dengan kondisi psikologis individu menunjukkan nilai rendah, yaitu *Work Engagement* 2,40, *Work-Life Balance* (2,31), dan Kepuasan Kerja (2,32), mengindikasikan bahwa karyawan masih memiliki tingkat keterlibatan kerja, keseimbangan kehidupan, dan kepuasan yang belum optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun faktor organisasi telah cukup mendukung, aspek psikologis karyawan masih menjadi tantangan utama yang berpotensi memengaruhi rendahnya perilaku OCB.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa perilaku *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) tidak hanya dipengaruhi oleh faktor struktural organisasi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kondisi psikologis karyawan. Penelitian oleh (Saks, 2022) menyatakan bahwa *Work Engagement* memiliki hubungan yang kuat dengan OCB, di mana karyawan yang memiliki keterlibatan kerja rendah cenderung kurang menunjukkan perilaku sukarela di luar tugas formalnya.

Kondisi ini berpotensi menjadi salah satu faktor yang menjelaskan rendahnya tingkat *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) yang sebelumnya telah teridentifikasi pada karyawan. Meskipun secara umum lingkungan kerja di perusahaan dinilai sudah cukup baik dari sisi struktural maupun fasilitas yang tersedia, kenyataannya karyawan belum sepenuhnya

merasakan tingkat kesejahteraan kerja yang optimal. Hal tersebut menunjukkan bahwa kondisi lingkungan kerja yang baik belum tentu secara langsung mampu mendorong munculnya perilaku sukarela karyawan di luar tugas dan tanggung jawab formal yang telah ditetapkan perusahaan. Kurangnya keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan dapat memengaruhi kenyamanan, motivasi, serta keterikatan emosional karyawan terhadap perusahaan, sehingga perilaku positif seperti membantu rekan kerja secara sukarela, menunjukkan loyalitas tinggi, dan berkontribusi lebih dari yang diharapkan belum berkembang secara maksimal. Oleh karena itu, untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai kondisi keseimbangan kehidupan kerja dan kehidupan pribadi *Work-Life Balance* pada karyawan di *Floating Market* Lembang, berikut disajikan Tabel 1.9 yang memuat hasil kuesioner pra-survei variabel *Work-Life Balance*.

Tabel 1. 9 Hasil Kuesioner Pra-Survei Variabel *Work-Life Balance* di *Floating Market* Lembang

No	Variabel	Dimensi	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata Rata
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1.	Work-Life Balance	Work Interference with Personal Life	1	20	9	0	0	68	2,27
		Personal Life Interference with Work	1	18	11	0	0	70	2,33
		Personal Life Enhancement of Work	1	15	14	0	0	73	2,43
		Work Enhancement of Personal Life	0	24	6	0	0	66	2,20
Skor Rata-rata Work-Life Balance									2,31

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap variabel *Work-Life Balance*, diperoleh skor rata-rata sebesar 2,31, yang menunjukkan bahwa tingkat keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi karyawan masih tergolong rendah. Pada

dimensi *Personal Life Enhancement of Work* diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,43, sedangkan dimensi *Work Enhancement of Personal Life* memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,20. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa karyawan masih mengalami kesulitan dalam menciptakan keseimbangan yang optimal antara tuntutan pekerjaan dengan kehidupan pribadi yang mereka jalani. Kondisi ini menunjukkan bahwa hubungan timbal balik antara kehidupan pribadi dan pekerjaan belum berjalan secara maksimal sebagaimana yang diharapkan oleh organisasi.

Rendahnya nilai pada dimensi *Personal Life Enhancement of Work* menunjukkan bahwa kehidupan pribadi karyawan belum sepenuhnya mampu memberikan energi positif yang dapat mendukung pelaksanaan pekerjaan. Beberapa karyawan diduga masih mengalami keterbatasan dalam mengelola waktu, perhatian, maupun tanggung jawab di luar pekerjaan sehingga kondisi kehidupan pribadi yang dimiliki belum mampu meningkatkan motivasi, semangat, dan efektivitas dalam bekerja. Di sisi lain, rendahnya nilai pada dimensi *Work Enhancement of Personal Life* mengindikasikan bahwa pekerjaan yang dijalankan belum sepenuhnya memberikan manfaat positif terhadap kehidupan pribadi karyawan. Kondisi tersebut dapat tercermin dari masih adanya karyawan yang merasa bahwa pekerjaan yang dilakukan belum mampu meningkatkan kualitas hidup, pengembangan diri, maupun kesejahteraan secara menyeluruh.

Hasil pra-survei tersebut memberikan gambaran bahwa masih terdapat kesenjangan antara tuntutan pekerjaan dan kebutuhan kehidupan pribadi karyawan. Karyawan tidak hanya dituntut untuk menyelesaikan tugas dan tanggung jawab pekerjaan, tetapi juga harus mampu menjalankan berbagai peran dalam kehidupan pribadi dan sosialnya. Ketika keseimbangan tersebut tidak tercapai dengan baik,

karyawan berpotensi mengalami kelelahan, kesulitan dalam membagi waktu, serta menurunnya kenyamanan dalam menjalankan pekerjaan maupun aktivitas di luar pekerjaan. Kondisi ini menunjukkan adanya indikasi permasalahan *Work-Life Balance* yang perlu mendapatkan perhatian dari organisasi karena dapat memengaruhi pengalaman kerja yang dirasakan oleh karyawan.

Temuan rendahnya *Work Life Balance* pada karyawan sejalan dengan berbagai penelitian internasional yang menunjukkan bahwa ketidakseimbangan peran kerja dan kehidupan pribadi dapat berdampak pada kesejahteraan dan perilaku kerja karyawan. Penelitian (Haar et al., 2021) menyatakan bahwa *Work Life Balance* yang rendah berkaitan dengan menurunnya kepuasan kerja, kesejahteraan psikologis, serta melemahnya perilaku ekstra-peran karyawan.

selain meninjau kondisi *Work-Life Balance*, penting untuk memahami bagaimana tingkat kepuasan kerja yang dimiliki karyawan sebagai salah satu aspek yang menggambarkan persepsi dan penilaian karyawan terhadap pekerjaannya. Untuk memperoleh gambaran tersebut, peneliti kemudian melakukan pra-survei terhadap variabel kepuasan kerja yang hasilnya disajikan pada tabel 1.10 berikut.

Tabel 1. 10 Hasil Kuesioner Pra-Survei Variabel Kepuasan Kerja di *Floating Market Lembang*

No	Variabel	Dimensi	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata Rata
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1.	Kepuasan Kerja	Pekerjaan	0	20	10	0	0	70	2,33
		Gaji	1	17	12	0	0	71	2,37
		Promosi	2	16	12	0	0	70	2,33
		Aturan Prosedur Kerja	1	23	6	0	0	65	2,17
		Rekan Kerja	1	16	13	0	0	72	2,40
Skor Rata-rata Kepuasan Kerja									2,32

Sumber : Pra-Survey diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pra-survei Kepuasan Kerja, diperoleh skor rata-rata sebesar 2,32, yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan kerja karyawan masih tergolong rendah. Pada dimensi Promosi diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,33, sedangkan dimensi Aturan Prosedur Kerja memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,17. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa masih terdapat karyawan yang belum sepenuhnya merasa puas terhadap aspek-aspek pekerjaan yang mereka jalani, khususnya yang berkaitan dengan kesempatan pengembangan karier serta penerapan aturan dan prosedur kerja di dalam organisasi.

Nilai yang relatif rendah pada dimensi Promosi menunjukkan bahwa sebagian karyawan masih memiliki persepsi bahwa kesempatan untuk memperoleh pengembangan karier, peningkatan jabatan, maupun kemajuan dalam pekerjaan belum sesuai dengan harapan yang dimiliki. Kondisi tersebut dapat menimbulkan perasaan kurang dihargai atas kontribusi yang telah diberikan sehingga memengaruhi tingkat kepuasan kerja secara keseluruhan. Sementara itu, rendahnya nilai pada dimensi Aturan Prosedur Kerja mengindikasikan bahwa kebijakan, prosedur, maupun mekanisme kerja yang diterapkan organisasi masih belum sepenuhnya dipersepsikan sebagai sesuatu yang mendukung kenyamanan dan efektivitas kerja karyawan. Dalam kondisi tertentu, aturan dan prosedur yang dianggap kurang fleksibel atau kurang sesuai dengan kebutuhan pekerjaan dapat menimbulkan ketidakpuasan di lingkungan kerja.

Temuan pra-survei tersebut menunjukkan adanya indikasi permasalahan kepuasan kerja pada karyawan. Rendahnya kepuasan kerja dapat menjadi gambaran bahwa masih terdapat kesenjangan antara harapan karyawan dengan kondisi kerja yang mereka rasakan saat ini. Ketika karyawan belum memperoleh tingkat

kepuasan yang optimal terhadap pekerjaannya, maka semangat, antusiasme, serta keterlibatan mereka dalam menjalankan pekerjaan juga berpotensi mengalami penurunan. Kondisi ini menjadi penting untuk diperhatikan karena kepuasan kerja tidak hanya berkaitan dengan perasaan senang terhadap pekerjaan, tetapi juga dapat memengaruhi bagaimana karyawan memaknai dan melibatkan dirinya dalam pekerjaan yang dilakukan.

Berdasarkan kondisi tersebut, selain memahami tingkat kepuasan kerja yang dimiliki karyawan, perlu diketahui pula sejauh mana keterikatan dan keterlibatan karyawan terhadap pekerjaannya. Karyawan yang merasa puas belum tentu memiliki tingkat keterlibatan kerja yang tinggi, sehingga diperlukan pengukuran lebih lanjut mengenai *Work Engagement* untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi sumber daya manusia dalam organisasi. Hasil pra-survei *Work Engagement* disajikan pada tabel 1.11.

Tabel 1. 11 Hasil Kuesioner Pra-Survei Variabel Work Enggement di Floating Market Lembang

No	Variabel	Dimensi	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata Rata
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1.	Work Engagement	Vigor	0	23	6	1	0	68	2,27
		Dedication	2	7	20	1	0	80	2,67
		Absorption	22	8	0	0	0	68	2,27
Skor Rata-rata Work Engagement									2,40

Sumber : Pra-Survey diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pra-survei, *Work Engagement* menunjukkan bahwa skor rata-rata keterikatan kerja karyawan masih belum optimal. Temuan ini mengindikasikan bahwa beberapa karyawan belum sepenuhnya menunjukkan tingkat energi, antusiasme, dan keterlibatan yang tinggi dalam menjalankan pekerjaannya. *Work Engagement* merupakan kondisi psikologis positif yang

mencerminkan sejauh mana karyawan merasa terhubung, bersemangat, dan terdorong untuk memberikan kontribusi terbaik dalam pekerjaan. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa sebagian karyawan masih belum sepenuhnya merasakan keterikatan yang kuat terhadap pekerjaan yang dilakukan. Kondisi ini dapat terlihat dari belum optimalnya semangat kerja, kurangnya antusiasme dalam menyelesaikan tugas, serta keterlibatan yang belum maksimal dalam aktivitas pekerjaan sehari-hari. Selain itu, masih terdapat indikasi bahwa karyawan belum sepenuhnya menempatkan pekerjaan sebagai sesuatu yang bermakna dan mampu memberikan dorongan positif untuk berkontribusi lebih kepada organisasi.

Temuan tersebut menunjukkan adanya indikasi permasalahan *Work Engagement* pada karyawan. Rendahnya tingkat keterikatan kerja dapat berdampak pada menurunnya motivasi untuk memberikan usaha ekstra dalam pekerjaan serta berkurangnya kesediaan karyawan untuk terlibat secara aktif dalam berbagai aktivitas organisasi. Kondisi ini menjadi penting untuk diperhatikan karena *Work Engagement* merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong munculnya perilaku kerja positif yang mendukung efektivitas organisasi.

Berdasarkan rangkaian temuan pra-survei, terlihat bahwa *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) karyawan secara umum telah terbentuk, namun belum sepenuhnya muncul secara konsisten pada seluruh dimensi perilaku kerja sukarela. Di sisi lain, beberapa faktor internal karyawan, khususnya *Work-Life Balance*, kepuasan kerja, dan *Work Engagement*, menunjukkan kondisi yang relatif rendah dan berpotensi menghambat optimalisasi OCB, terutama dalam konteks organisasi jasa pariwisata yang menuntut intensitas layanan tinggi, fleksibilitas, serta interaksi langsung dengan pengunjung. Ketidakseimbangan antara tuntutan kerja dan

kehidupan pribadi, rendahnya kepuasan terhadap aspek pekerjaan, serta minimnya keterikatan kerja dapat menyebabkan karyawan hanya berfokus pada tugas formal tanpa dorongan untuk memberikan kontribusi ekstra bagi organisasi.

Work-Life Balance dan kepuasan kerja dipandang sebagai faktor penting dalam membentuk kondisi psikologis positif karyawan, yang selanjutnya tercermin dalam tingkat *Work Engagement*. Karyawan yang mampu menyeimbangkan peran kerja dan kehidupan pribadi serta merasa puas terhadap pekerjaannya cenderung memiliki energi, dedikasi, dan keterlibatan yang lebih tinggi. Kondisi tersebut mendorong munculnya perilaku kerja sukarela yang melampaui tuntutan formal atau OCB, yang sangat dibutuhkan dalam menjaga kualitas layanan dan citra perusahaan pariwisata.

Floating Market Lembang dipilih sebagai unit analisis karena merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Bandung Barat yang memiliki jumlah kunjungan wisatawan tinggi serta aktivitas operasional yang kompleks. Karakteristik pekerjaan pada sektor wisata yang menuntut pelayanan langsung kepada pengunjung membuat perusahaan membutuhkan karyawan dengan keterlibatan kerja tinggi dan perilaku *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) yang baik. *Floating Market Lembang* dinilai relevan sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji hubungan *Work-Life Balance*, kepuasan kerja, *Work Engagement*, dan OCB.

Berdasarkan kondisi empiris dan landasan konseptual tersebut, penelitian ini relevan untuk mengkaji secara mendalam hubungan antara *Work-Life Balance*, kepuasan kerja, *Work Engagement*, dan *Organizational Citizenship Behavior*. Peneliti menetapkan judul penelitian “**Pengaruh *Work Life Balance* dan Kepuasan**

Kerja terhadap *Organizational Citizenship Behavior* dengan *Work Engagement* sebagai Variabel Mediasi pada Karyawan *Floating Market Lembang*”.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Identifikasi dan rumusan masalah diajukan untuk merumuskan dan menjelaskan permasalahan yang terdapat di dalam penelitian ini. Permasalahan tersebut meliputi *Work Life Balance*, Kepuasan kerja, *Work Engagement*, dan *Organizational Citizenship Behavior*. Identifikasi masalah ini dapat diperoleh dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka diperoleh beberapa identifikasi permasalahan yang berkaitan dengan *Work-Life Balance*, Kepuasan Kerja, *Work Engagement*, dan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) pada karyawan *Floating Market Lembang* sebagai berikut:

1. *Work-Life Balance*

- a. Keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi karyawan masih belum optimal.
- b. Pengaturan waktu antara pekerjaan dan kehidupan pribadi masih kurang efektif.
- c. Masih terdapat karyawan yang meninggalkan pekerjaan lebih awal karena urusan pribadi.

2. Kepuasan Kerja

- a. Pembagian tugas dan kejelasan target pekerjaan belum sepenuhnya optimal.

- b. Dukungan atasan/koordinator dalam membantu mengatasi kendala kerja masih belum maksimal.
- c. Kekompakan dan kerjasama antar rekan kerja dalam tim masih perlu ditingkatkan.

3. *Work Engagement*

- a. Energi dan antusiasme karyawan dalam memulai pekerjaan masih perlu ditingkatkan.
- b. Ketekunan dalam menyelesaikan tugas, terutama saat menghadapi tekanan dan tenggat waktu, masih belum maksimal.
- c. Tingkat konsentrasi dan keterlibatan penuh dalam pekerjaan masih perlu ditingkatkan.

4. *Organizational Citizenship Behavior*

- a. Kesiediaan karyawan untuk membantu rekan kerja di luar tugas utama tergolong rendah.
- b. Koordinasi dan komunikasi antar karyawan dalam tim masih belum berjalan secara efektif.
- c. Kemauan karyawan dalam memberikan idea tau saran untuk perbaikan pekerjaan masih tergolong rendah.

1.2.2 **Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan karyawan tentang *Work-Life Balance* di *Floating Market Lembang*.

2. Bagaimana tanggapan karyawan tentang kepuasan kerja di *Floating Market* Lembang.
3. Bagaimana tanggapan karyawan tentang *Work Engagement* di *Floating Market* Lembang.
4. Bagaimana tanggapan karyawan tentang *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) di *Floating Market* Lembang.
5. Seberapa besar pengaruh *Work-Life Balance* terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) pada karyawan *Floating Market* Lembang.
6. Seberapa besar pengaruh kepuasan kerja terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) pada karyawan *Floating Market* Lembang.
7. Seberapa besar pengaruh *Work Engagement* terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) pada karyawan *Floating Market* Lembang.
8. Seberapa besar pengaruh *Work Engagement* dalam memediasi pengaruh *Work-Life Balance* dan kepuasan kerja terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) pada karyawan *Floating Market* Lembang.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Gambaran *Work-Life Balance* pada karyawan *Floating Market* Lembang.
2. Gambaran kepuasan kerja pada karyawan *Floating Market* Lembang.
3. Gambaran *Work Engagement* pada karyawan *Floating Market* Lembang.
4. Gambaran *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) pada karyawan *Floating Market* Lembang.
5. Pengaruh *Work-Life Balance* terhadap OCB pada karyawan *Floating Market* Lembang.

6. Pengaruh kepuasan kerja terhadap OCB pada karyawan *Floating Market* Lembang.
7. Pengaruh *Work Engagement* terhadap *Organizational Citizenship Behavior* pada karyawan *Floating Market* Lembang.
8. Pengaruh *Work Engagement* dalam memediasi pengaruh *Work-Life Balance* dan kepuasan kerja terhadap OCB pada karyawan *Floating Market* Lembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat yang baik bukan hanya untuk peneliti melainkan memberikan hal yang baik juga terhadap pembacanya. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pemahaman yang mendalam yang akan memperkaya ilmu pengetahuan tentang penelitian ini. Sebagai bahan masukan atau kajian lebih lanjut dan bahan perbandingan penelitian lain yang mempunyai kepentingan yang berbeda untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan bagi pihak-pihak yang membutuhkan sumber-sumber informasi dari hasil penelitian ini.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

- a. Memperoleh pemahaman empiris mengenai *Work-Life Balance*, kepuasan kerja, *Work Engagement*, dan OCB pada karyawan (*Floating Market* Lembang).

- b. Menambah pengalaman akademik dalam menguji hubungan antarvariabel perilaku organisasi pada konteks perusahaan jasa profesional.

2. Bagi Perusahaan

- a. Penelitian ini diharapkan bisa menghasilkan kesimpulan dan saransaran atas masalah yang dihadapi sebagai bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan *Work-Life Balance* dan Kepuasan kerja Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* dengan *Work Engagement* Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan di (*Floating Market Lembang*).
- b. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi atas masalah yang dihadapi sebagai bahan perbaikan dalam upaya meningkatkan *Work-Life Balance* dan Kepuasan kerja Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* dengan *Work Engagement* Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan di (*Floating Market Lembang*).

3. Bagi Pihak Lain

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi untuk pengembangan ilmu mengenai mengenai *Work-Life Balance* dan Kepuasan kerja Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* dengan *Work Engagement* Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan.
- b. Dijadikan sebagai informasi yang bermanfaat untuk para pembaca yang akan melakukan penelitian pada bidang yang sama.