BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi yang disertai dengan intensifikasi persaingan bisnis telah mendorong perusahaan lintas sektor, termasuk industri produk perawatan tubuh, untuk terus meningkatkan daya saingnya. Dalam konteks ini, produktivitas tim pemasaran menjadi salah satu faktor strategis yang menentukan keberlanjutan dan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan posisi di pasar. Tingkat produktivitas yang optimal tidak hanya mencerminkan efektivitas kerja, tetapi juga mencerminkan kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya manusia secara berkelanjutan.

Salah satu isu yang semakin mendapatkan perhatian dalam kajian manajemen sumber daya manusia adalah keseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan kehidupan personal karyawan atau yang dikenal sebagai *Work-Life Balance* (WLB). Konsep ini menjadi semakin relevan seiring dengan perubahan karakteristik dunia kerja modern yang menuntut fleksibilitas, kecepatan, dan kinerja tinggi. Karyawan tidak lagi hanya dinilai dari output kerja semata, tetapi juga dari kemampuan mereka menjaga keberlanjutan kinerja tanpa mengorbankan kesejahteraan pribadi.

Laporan Survei Ekonomi Nasional oleh SEH Asia (2023) menunjukkan bahwa sebagian besar tenaga kerja di Indonesia menempatkan *Work-Life Balance* sebagai salah satu pertimbangan utama dalam menentukan pilihan pekerjaan. Temuan tersebut mengindikasikan adanya pergeseran orientasi karyawan, di mana keseimbangan kehidupan kerja dipandang sebagai faktor penting yang berkontribusi terhadap loyalitas dan produktivitas jangka panjang. Perusahaan yang mampu memfasilitasi keseimbangan tersebut cenderung memiliki karyawan yang lebih stabil, adaptif, dan berkomitmen.

Secara empiris, penelitian Turangan et al. (2022) pada PT PLN Gardu Induk Kawangkoan membuktikan bahwa *Work-Life Balance* memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan kerja karyawan, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan kinerja. Temuan ini menegaskan bahwa ketidakseimbangan antara

peran pekerjaan dan kehidupan pribadi berpotensi memicu stres kerja, menurunkan motivasi, serta menghambat pencapaian kinerja optimal, baik pada level individu maupun tim. Sebaliknya, kondisi kerja yang mendukung keseimbangan peran mampu menciptakan iklim kerja yang lebih sehat dan produktif.

Selain *Work-Life Balance*, kepuasan kerja juga merupakan variabel penting yang tidak dapat dipisahkan dari upaya peningkatan produktivitas. Kepuasan kerja mencerminkan sejauh mana pengalaman kerja yang dirasakan karyawan selaras dengan harapan, kebutuhan, dan nilai-nilai personal mereka. Robbins dan Judge (2018) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai sikap positif individu yang terbentuk dari hasil evaluasi terhadap karakteristik pekerjaannya. Karyawan dengan tingkat kepuasan kerja yang tinggi cenderung menunjukkan keterlibatan kerja yang lebih kuat serta kontribusi yang lebih maksimal bagi organisasi.

Data PwC Indonesia (2023) memperlihatkan bahwa tingkat kepuasan kerja tenaga kerja di Indonesia berada pada posisi relatif tinggi di kawasan Asia Pasifik. Fakta ini mengindikasikan bahwa organisasi yang mampu mengelola faktor-faktor pembentuk kepuasan kerja, seperti lingkungan kerja, sistem penghargaan, dan pengakuan atas kinerja, memiliki peluang lebih besar dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing perusahaan. Oleh karena itu, pengintegrasian kebijakan *Work-Life Balance* dan pengelolaan kepuasan kerja menjadi strategi yang krusial dalam mendorong produktivitas tim pemasaran secara berkelanjutan..

Dalam ranah pemasaran, khususnya pada tim yang bertanggung jawab terhadap aktivitas promosi produk perawatan tubuh, karakteristik pekerjaan umumnya ditandai oleh tuntutan target yang tinggi, ritme kerja cepat, serta tekanan pencapaian kinerja. Apabila kondisi tersebut tidak diimbangi dengan pengelolaan kerja yang memadai, karyawan berpotensi mengalami tekanan kerja yang berlebihan. Penelitian Wardhani dan Hasan (2024) mengungkapkan bahwa penguatan praktik *Work-Life Balance* memiliki kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan, dengan kepuasan kerja berfungsi sebagai mekanisme perantara dalam hubungan tersebut. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa tercapainya harmoni antara tanggung jawab pekerjaan dan kehidupan personal, serta adanya dukungan terhadap pengembangan karier,

menjadi elemen fundamental dalam menciptakan produktivitas kerja yang berkesinambungan.

Perusahaan seperti CV Aroma Bali Denpasar yang bergerak di industri produk perawatan tubuh memiliki kebutuhan untuk memahami bagaimana faktor-faktor seperti *Work-Life Balance* dan kepuasan kerja memengaruhi produktivitas tim pemasaran mereka. Industri ini menghadapi tekanan yang cukup besar untuk memenuhi target pemasaran dan memuaskan konsumen, sehingga karyawan sering kali harus mengorbankan waktu pribadi mereka. Fenomena ini dapat menyebabkan *Burnout*, menurunnya kinerja, serta berkurangnya inovasi dalam menjalankan tugas-tugas pemasaran.

Penelitian lanjutan yang dilakukan oleh Wibowo dan Ahmadi (2024) menegaskan adanya pergeseran karakteristik tenaga kerja kontemporer, khususnya pada kelompok Generasi Z, yang menunjukkan tuntutan tinggi terhadap penerapan *Work-Life Balance* serta fleksibilitas dalam pengaturan kerja. Kelompok generasi ini cenderung memperlihatkan tingkat efisiensi dan kapasitas inovatif yang lebih optimal ketika kebutuhan personal mereka terpenuhi, termasuk tercapainya keseimbangan antara peran profesional dan kehidupan non-kerja. Kondisi tersebut membuka ruang strategis bagi organisasi untuk merumuskan kebijakan sumber daya manusia yang tidak hanya berorientasi pada kesejahteraan karyawan, tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan produktivitas secara menyeluruh.

Penelitian lain yang dilakukan Anak Agung Bayu Adhitarma dkk. (2023) menunjukkan bahwa stres kerja kerap menghambat peningkatan produktivitas karyawan. Stres tersebut biasanya muncul ketika ada ketidakseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi, yang tidak hanya memengaruhi individu, tetapi juga kinerja tim secara keseluruhan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengatur beban kerja dengan lebih baik untuk menjaga keseimbangan sekaligus meningkatkan kepuasan kerja, yang pada akhirnya mendukung produktivitas yang lebih tinggi.

Konsep penting juga datang dari Greenhaus dan Beutell (1985), yang menyebutkan bahwa konflik kerja-keluarga sering terjadi karena karyawan kesulitan membagi waktu dan energi secara proporsional antara kedua domain tersebut. Pada tim pemasaran khususnya, pengelolaan sumber daya ini sangat

krusial agar target penjualan tetap tercapai tanpa mengorbankan kesehatan dan kesejahteraan anggota tim. Kerangka pemikiran dari kedua studi ini membantu menjelaskan hubungan dinamis antara keseimbangan kerja-hidup pribadi, kepuasan kerja, dan produktivitas tim.

Pemahaman mendalam mengenai peran krusial *Work-Life Balance* serta tingkat kepuasan kerja dalam meningkatkan produktivitas menjadi landasan utama penelitian ini. Oleh karena itu, studi ini difokuskan pada analisis pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kinerja produktivitas tim pemasaran di CV Aroma Bali Denpasar. Hasil yang diperoleh diharapkan mampu memberikan sumbangan praktis bagi penyusunan kebijakan organisasi yang lebih mendukung harmonisasi antara tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi karyawan, sekaligus memperkuat kepuasan kerja guna mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi dan berkelanjutan.

Lebih jauh, temuan penelitian ini berpotensi menjadi acuan bagi perusahaan-perusahaan lain yang tengah menghadapi permasalahan serupa terkait optimalisasi produktivitas tim di tengah persaingan bisnis global yang semakin kompetitif. Di samping itu, kajian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai fondasi bagi penelitian mendatang yang lebih mendalam, khususnya dalam mengungkap dinamika rumit antara keseimbangan kerja-hidup, kepuasan kerja, serta produktivitas di berbagai sektor industri.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, terdapat beberapa masalah utama yang dapat diidentifikasi:

1. *Work-Life Balance*: Tingginya tuntutan pekerjaan di tim pemasaran CV Aroma Bali Denpasar, khususnya dalam mencapai target pemasaran, seringkali menyebabkan ketidakseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi karyawan.
2. Kepuasan Kerja: Ketidakseimbangan tersebut berpotensi menurunkan kepuasan kerja, yang berdampak pada loyalitas dan motivasi karyawan.
3. Produktivitas Tim Pemasaran: Ketidakpuasan kerja yang dipicu oleh stres kerja dan kurangnya *Work-Life Balance* berdampak negatif pada

produktivitas tim, yang pada akhirnya memengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan.

4. *Burnout* dan Inovasi: *Burnout* akibat beban kerja yang tinggi dapat menurunkan tingkat kreativitas dan inovasi dalam menjalankan strategi pemasaran.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini terfokus dan dapat menghasilkan analisis yang mendalam, maka ditetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Subjek Penelitian: Penelitian ini akan difokuskan pada tim pemasaran di CV Aroma Bali Denpasar, yang merupakan perusahaan di industri produk perawatan tubuh.
2. Variabel yang Diteliti: Penelitian hanya akan menganalisis hubungan antara *Work-Life Balance*, kepuasan kerja, dan produktivitas tim pemasaran.
3. Faktor Mediasi: Kepuasan kerja akan diteliti sebagai variabel mediasi yang menghubungkan *Work-Life Balance* dengan produktivitas.
4. Lokasi Penelitian: Penelitian ini akan dilakukan di lingkungan kerja CV Aroma Bali Denpasar tanpa memperluas ke perusahaan lain di industri sejenis.
5. Kerangka Waktu: Penelitian akan menggunakan data yang relevan dengan kondisi tim pemasaran pada tahun 2024-2025 untuk menjaga relevansi hasil penelitian.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Work-Life Balance* terhadap produktivitas tim pemasaran produk perawatan tubuh di CV Aroma Bali Denpasar?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan kerja terhadap produktivitas tim pemasaran produk perawatan tubuh di CV Aroma Bali Denpasar?
3. Bagaimana *Work-Life Balance* dan kepuasan kerja secara simultan mempengaruhi produktivitas tim pemasaran produk perawatan tubuh di CV Aroma Bali Denpasar?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh *Work-Life Balance* terhadap produktivitas tim pemasaran produk perawatan tubuh di CV Aroma Bali Denpasar.
2. Menganalisis pengaruh kepuasan kerja terhadap produktivitas tim pemasaran produk perawatan tubuh di CV Aroma Bali Denpasar.
3. Mengidentifikasi pengaruh simultan antara *Work-Life Balance* dan kepuasan kerja terhadap produktivitas tim pemasaran produk perawatan tubuh di CV Aroma Bali Denpasar.

1.6 Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan Hasil Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan (CV Aroma Bali Denpasar)

a) Memberikan rekomendasi praktis untuk mengelola *Work-Life Balance (WLB)* guna meningkatkan produktivitas tim pemasaran.

b) Membantu perusahaan memahami dimensi-dimensi *Work-Life Balance (*WLB) yang paling berpengaruh terhadap efisiensi kerja, pencapaian target, dan kolaborasi tim.

c) Mendukung pengambilan keputusan strategis dalam menciptakan lingkungan kerja yang seimbang dan kondusif, sehingga meningkatkan kesejahteraan karyawan dan keberhasilan organisasi.

2. Bagi Institusi Pendidikan

a) Menambah referensi studi kasus yang dapat digunakan dalam pembelajaran dan penelitian tentang *Work-Life Balance (WLB)* serta produktivitas kerja.

b) Memberikan kontribusi teoritis dan praktis yang dapat digunakan oleh mahasiswa dalam mata kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia, Psikologi Kerja, atau Manajemen Operasional.

c) Menjadi bahan evaluasi bagi institusi pendidikan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya keseimbangan kerja-kehidupan dalam dunia profesional.

3. Bagi Akademisi

a) Memperkaya literatur ilmiah tentang pengaruh *Work-Life Balance* terhadap produktivitas kerja, khususnya dalam konteks tim pemasaran.
b) Memberikan dasar bagi penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi variabel lain yang dapat memengaruhi produktivitas kerja.
c) Menghasilkan temuan empiris yang relevan untuk digunakan dalam pengembangan teori dan metodologi penelitian di bidang manajemen sumber daya manusia.