

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era ekonomi modern, peran sektor kreatif menjadi semakin dominan sebagai pendorong inovasi dan penciptaan nilai tambah. Menurut Kemenparekraf (2017), industri kreatif merupakan sektor ekonomi yang tumbuh dari pengolahan kreativitas, keahlian, serta talenta personal guna menghasilkan kesejahteraan dan peluang kerja, melalui proses pengembangan serta pemanfaatan daya cipta dan inovasi individu tersebut. Industri kreatif terdiri atas berbagai subsektor, antara lain pengembang permainan, arsitektur, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, fesyen, kuliner, film, animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, kriya, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, serta aplikasi (Kemenparekraf, 2021). Berikut data Perusahaan industri kreatif di DKI Jakarta

Tabel 1.1 Daftar perusahaan bidang kreatif di DKI Jakarta

No	Nama Perusahaan	Sub-Sektor
1	Touchten Games	Pengembang Permainan
2	Waga	Arsitektur
3	Komodoz	Desain Interior
4	Irma Nusantara	Musik
5	Sanggar Betawi Rifky Albani	Seni Rupa
6	Kava	Desain Produk
7	Kayo	Fesyen
8	Bakso Dempo	Kuliner
9	True Colors	Film, Animasi dan Video
10	Paperonin Design Jakarta	Fotografi
11	Think Web	Desain Komunikasi Visual
12	Metro TV	Televisi dan Radio
13	Jaktees	Kriya

14	Star Reachers Indonesia	Periklanan
15	Netmediatama	Seni Pertunjukan
16	PT. Erlangga	Penerbitan
17	Rangkai Live	Aplikasi

Sumber: (Kemenparekraf, 2021)

Berdasarkan data laporan Kemenparekraf (2024) pada tahun 2022, Produk Domestik Bruto (PDB) dari sektor ekonomi kreatif di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, mencapai nilai sebesar Rp 1,28 kuadriliun, dengan jumlah tenaga kerja yang terlibat sebanyak 23,98 juta orang. Meskipun sektor ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan dan berkontribusi besar terhadap PDB serta penyerapan tenaga kerja, pengembangannya masih menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi. Hambatan utama meliputi keterbatasan infrastruktur pendukung, sulitnya akses pembiayaan terutama bagi usaha kecil dan menengah, lemahnya perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI), serta rendahnya pendidikan dan pelatihan di bidang kreatif. Kondisi ini membatasi potensi pelaku usaha kreatif dalam mengembangkan karya, mengakses pasar, dan meningkatkan kompetensi SDM. Oleh karena itu, diperlukan strategi komprehensif melalui pembangunan infrastruktur, penyediaan mekanisme pembiayaan alternatif, penguatan regulasi HKI, serta peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan agar potensi penuh ekonomi kreatif dapat tercapai (Syafitri dan Nisa, 2024).

Dalam menghadapi perkembangan teknologi dan tren yang terus berubah, perusahaan di sektor industri kreatif semakin membutuhkan sumber daya manusia yang mampu melahirkan gagasan-gagasan inovatif dan relevan. Berdasarkan survei Harris Poll dalam Sakitri (2021), sebanyak 63% dari Generasi Z menunjukkan minat yang tinggi terhadap aktivitas-aktivitas kreatif dalam kesehariannya. Ketertarikan ini diperkuat oleh keterlibatan aktif mereka dalam komunitas dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk mengekspresikan ide-ide. Menurut Gunadi yang dikutip oleh (Republika, 2024) Generasi Z cenderung memilih pekerjaan yang fleksibel dan kreatif, serta menghindari pekerjaan yang bersifat birokratis atau terlalu formal, contoh profesi di sektor industri kreatif yang menjadi pilihan utama mereka yaitu, spesialis *e-commerce*, *UI/UX designer*, *content*

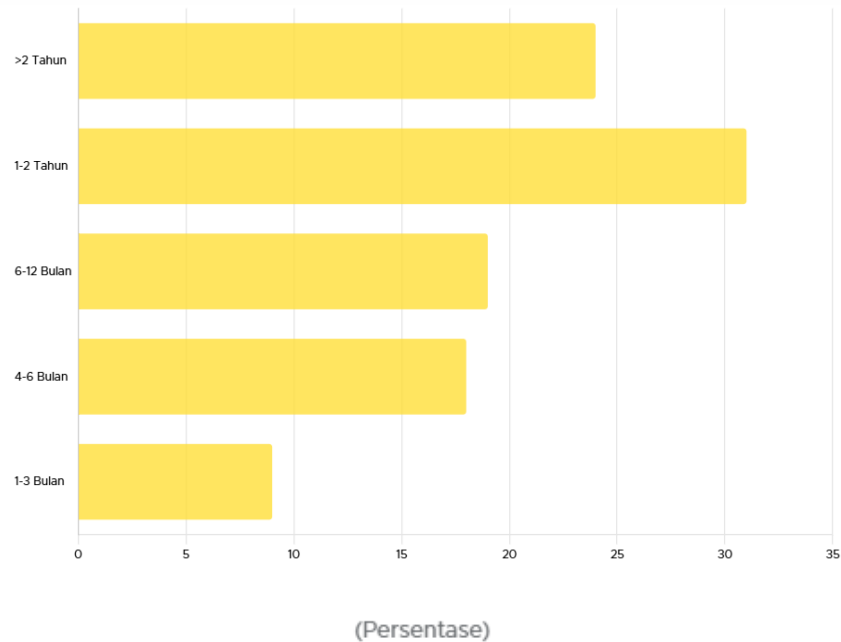
creator, pengembang perangkat lunak atau situs web, ahli kecerdasan buatan (*AI*), *digital marketing*, hingga pengembang *game*.

Generasi Z kini mulai memasuki dunia kerja dan mengambil peran aktif di berbagai sektor perusahaan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), kelompok ini mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dan memiliki karakteristik khas yang membedakannya dari generasi sebelumnya. Sensus Penduduk 2020 yang dipublikasikan (BPS, 2021) menunjukkan bahwa dari total populasi Indonesia yang berjumlah 270,2 juta jiwa, sekitar 74,93 juta jiwa atau 27,94% merupakan Generasi Z. Selain itu, Next Leader, (2021) menyebutkan bahwa usia Generasi Z yang kini mulai memasuki dunia kerja berkisar antara 18 hingga 28 tahun. Di Jakarta, situs resmi DPRD Provinsi DKI Jakarta (2024) melaporkan bahwa populasi Generasi Z mencapai sekitar 7 juta jiwa atau 25,65% dari jumlah penduduk. Walaupun belum seluruhnya masuk dalam kategori usia produktif, generasi ini diprediksi akan mendominasi pasar tenaga kerja dalam beberapa tahun ke depan.

Setiap kelompok generasi memiliki ciri khas tersendiri. Generasi Z, atau Generasi Z, menurut Wardani et al., (2024), dikenal sebagai generasi yang cepat beradaptasi dalam lingkungan sosial, mampu melakukan berbagai tugas sekaligus, serta memiliki keterampilan tinggi dalam penggunaan teknologi. Pernyataan ini didukung oleh temuan (Kim et al., 2020) yang menunjukkan bahwa 33% dari Generasi Z menghabiskan waktu lebih dari enam jam per hari menggunakan ponsel mereka dan lebih aktif di media sosial dibandingkan generasi lain. Di samping itu, Indonesia tercatat sebagai negara dengan tingkat penggunaan ponsel tertinggi di kalangan Generasi Z.

Namun demikian, Generasi Z juga memiliki sejumlah kelemahan dalam dunia kerja. Wardani et al., (2024) mengungkapkan bahwa Generasi Z cenderung menghindari konfrontasi langsung terhadap permasalahan yang dihadapi, dan lebih memilih menjauhi permasalahan tersebut. Karakteristik ini mendorong mereka untuk mencari kenyamanan dan *benefit* yang lebih baik di tempat kerja lain. Sikap ini menjadi salah satu penyebab munculnya fenomena "kutu loncat," di mana individu Generasi Z kerap berpindah-pindah pekerjaan dalam waktu yang relatif singkat demi mencari lingkungan kerja yang dirasa lebih aman dan nyaman.

Perilaku ini tidak hanya menimbulkan dampak bagi individu Generasi Z dalam hal stabilitas karier, tetapi juga dapat menimbulkan tantangan bagi perusahaan dalam hal mempertahankan dan mengembangkan sumber daya manusia.



Gambar 1. 1 Data Durasi Gen Z Bertahan di Tempat Kerja

Sumber: GoodStats (2024)

Gambar 1.1 di atas memperjelas fenomena yang telah diuraikan sebelumnya, Survei JakPat yang dipublikasikan oleh GoodStats, menunjukkan data durasi kerja Generasi Z. Hasil survei tersebut memperlihatkan bahwa sebagian besar Generasi Z cenderung bekerja dalam waktu yang relatif singkat. Sekitar 31% responden bekerja dalam rentang waktu 1–2 tahun, sementara 27% lainnya bekerja lebih dari 2 tahun. Di sisi lain, sebanyak 19% bekerja antara 6 - 12 bulan, 17% bekerja selama 4 - 6 bulan, dan hanya 9% yang bekerja dalam jangka waktu 1 - 3 bulan. Data ini mengindikasikan bahwa meskipun ada sebagian yang mampu bertahan lebih dari dua tahun, proporsi Generasi Z yang berpindah kerja dalam jangka pendek tetap signifikan. Fenomena ini sering disebut sebagai “kutu loncat” (*job hopping*), yaitu kecenderungan karyawan, khususnya Generasi Z, untuk lebih cepat berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain demi mencari lingkungan kerja, peluang, maupun kompensasi yang dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan

mereka. Pola ini menjadi indikasi nyata bahwa loyalitas kerja pada generasi ini cenderung lebih rendah dibandingkan generasi sebelumnya, sehingga perusahaan perlu mencari strategi yang tepat agar dapat meningkatkan retensi dan loyalitas kerja Generasi Z.

Perilaku karyawan yang sering berpindah-pindah tempat kerja membawa dampak yang bersifat positif maupun negatif. Di sisi positif, karyawan yang sering berpindah tempat kerja dapat mengakumulasi pengalaman yang lebih beragam. Setiap kali mereka berganti perusahaan, mereka memperoleh pengetahuan baru dan memperluas jaringan profesional, yang memungkinkan mereka untuk membangun relasi yang lebih luas dan berharga dalam karier mereka. Namun, ada juga dampak negatif yang perlu diperhatikan. Ketika karyawan kuta loncat melamar pekerjaan di perusahaan baru, sering kali loyalitas mereka dipertanyakan. Perusahaan baru mungkin merasa ragu untuk merekrut karyawan dengan riwayat berpindah-pindah pekerjaan, karena mereka khawatir karyawan tersebut tidak akan bertahan lama. Selain itu, perusahaan sebelumnya juga merasakan dampak negatif dari fenomena ini. Menurut Widyawati et al., (2022), hal ini dapat menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan, kerugian finansial, dan penurunan produktivitas. Dampak ini juga dapat memengaruhi moral karyawan yang masih bekerja di perusahaan tersebut, karena mereka mungkin merasa tidak dihargai atau khawatir akan stabilitas pekerjaan mereka.

Data dari survei yang dilakukan oleh Gallup (2021) menunjukkan bahwa 51% karyawan merasa lebih termotivasi untuk bekerja di perusahaan yang memiliki tingkat retensi karyawan yang rendah. Ini menunjukkan bahwa perusahaan yang sering kehilangan karyawan dapat mengalami dampak negatif pada semangat kerja dan produktivitas tim secara keseluruhan. Selain itu, penelitian oleh LinkedIn (2020) menemukan bahwa 70% manajer HR menganggap loyalitas karyawan sebagai faktor penting dalam keberhasilan perusahaan, sehingga fenomena kuta loncat dapat menjadi tantangan bagi perusahaan dalam mempertahankan karyawan yang berkualitas. Pernyataan ini didukung oleh survei terbaru yang dilakukan oleh (Randstad, 2022), yang mengungkapkan bahwa 41% dari Generasi Z lebih memilih untuk tidak bekerja daripada terlibat dalam pekerjaan di perusahaan yang dianggap mengganggu kehidupan pribadi mereka. Hasil survei pada tahun 2022

menunjukkan bahwa hampir 50% karyawan Generasi Z lebih memilih untuk menganggur daripada menjalani pekerjaan yang tidak sesuai dengan diri mereka dan dapat mengganggu keseimbangan kehidupan pribadi.

Masalah loyalitas karyawan di kalangan Generasi Z menjadi perhatian utama bagi perusahaan, karena dapat mengganggu efisiensi operasional. Loyalitas itu sendiri merupakan salah satu faktor yang digunakan untuk menilai kesetiaan karyawan terhadap perusahaan, termasuk aspek pekerjaan yang mereka jalani. Untuk meningkatkan loyalitas karyawan, perusahaan perlu fokus pada pengembangan budaya organisasi yang positif, memberikan kesempatan pelatihan dan pengembangan, serta mendengarkan masukan dari karyawan secara aktif (Sari, 2020). Perusahaan harus mengidentifikasi faktor - faktor yang memengaruhi loyalitas karyawan dari Generasi Z. Pemahaman ini penting agar perusahaan dapat menemukan solusi untuk mengatasi masalah yang ada. Di sisi lain, Generasi Z juga perlu menyadari hal ini agar mereka dapat memperbaiki kekurangan yang ada dalam diri mereka.

Secara keseluruhan, terdapat berbagai hal yang dapat memengaruhi loyalitas seorang karyawan terhadap tempatnya bekerja. Menurut Sulisty & Ali, (2023), loyalitas karyawan dapat dibentuk melalui keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi (*work life balance*), pemberian kompensasi yang sesuai, serta tingkat kepuasan kerja yang tinggi. Dukungan yang memadai serta pengaturan jam kerja yang fleksibel menjadi aspek penting yang dapat mendorong karyawan Generasi Z untuk tetap setia bekerja di suatu perusahaan (Armstrong & Taylor, 2020). Loyalitas dari karyawan Generasi Z dapat tumbuh apabila perusahaan menunjukkan kepedulian terhadap mereka dan mereka merasa puas dengan pekerjaan yang dijalani.

Robbins dan Judge (2023) mengemukakan bahwa loyalitas karyawan merupakan salah satu bentuk reaksi pasif yang tetap bersifat membangun terhadap ketidakpuasan terhadap perusahaan. Dalam situasi ini, loyalitas tercermin dari sikap karyawan yang memilih untuk bersikap pasif namun tetap memiliki harapan positif bahwa situasi akan membaik. Mereka tetap mendukung perusahaan, menerima kritik dari luar, serta menaruh kepercayaan pada perusahaan dan manajemennya untuk mengambil langkah yang tepat. Namun, jika reaksi karyawan terhadap

ketidakpuasan bersifat aktif dan destruktif, maka kemungkinan besar mereka akan memutuskan untuk keluar dari perusahaan. Hal ini sesuai dengan kecenderungan Generasi Z yang menunjukkan tingkat loyalitas rendah, di mana mereka tidak segan untuk hengkang dari tempat kerja apabila merasa tidak puas terhadap kondisi yang ada. Selain itu, menurut Chaerudin et al., (2020) salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi loyalitas karyawan adalah terciptanya lingkungan kerja yang baik. Lingkungan kerja yang mendukung dapat menciptakan rasa nyaman serta meningkatkan kepuasan dalam menjalani aktivitas kerja sehari-hari.

Lingkungan kerja yang kondusif tentu perlu didukung dengan pemahaman terhadap berbagai aspek lain yang dapat membentuk loyalitas karyawan. Salah satu aspek penting tersebut adalah keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan (*work life balance*). Keseimbangan ini menggambarkan kemampuan individu dalam membagi waktu dan keterlibatan psikologis secara seimbang antara tanggung jawab profesional dan kehidupan pribadi tanpa menimbulkan konflik di antara keduanya. (Mendis & Weerakkody, 2017) menjelaskan bahwa *work life balance* merupakan bentuk penyesuaian pola kerja yang dilakukan perusahaan agar karyawan tetap dapat menjalankan peran di rumah dan di tempat kerja secara optimal. Ketika keseimbangan ini tercapai, karyawan akan lebih mungkin merasa puas terhadap pekerjaannya, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas mereka terhadap perusahaan.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda-beda dalam mengkaji pengaruh *work life balance* terhadap loyalitas karyawan. Studi yang dilakukan oleh (Hermanto dan Kadang, 2025) menunjukkan bahwa keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi berkontribusi positif dalam meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Karyawan yang merasakan keseimbangan tersebut cenderung lebih nyaman dan bertahan lebih lama di tempat kerja. Namun demikian, tidak semua penelitian menunjukkan hasil yang konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh (Aminah dan Dwiarti, 2024), menyimpulkan bahwa *work life balance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas karyawan.

Selain faktor *work life balance*, kompensasi juga menjadi elemen krusial yang memengaruhi tingkat loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Dalam

berbagai studi, kompensasi seringkali diposisikan sebagai bentuk penghargaan yang paling nyata dan langsung diterima oleh karyawan, baik dalam bentuk finansial maupun non-finansial. Karyawan yang merasa kompensasinya adil dan sebanding dengan usaha serta kontribusi yang mereka berikan cenderung memiliki tingkat kepuasan kerja yang lebih tinggi dan loyalitas yang kuat terhadap organisasi. Menurut Hasibuan (2020), kompensasi merupakan seluruh bentuk pendapatan yang diterima oleh karyawan, baik berupa uang maupun barang, secara langsung maupun tidak langsung, sebagai imbalan atas pekerjaan yang telah mereka lakukan untuk perusahaan. Kompensasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pemenuhan kebutuhan ekonomi karyawan, tetapi juga sebagai pengakuan terhadap peran dan kontribusi mereka dalam mencapai tujuan organisasi.

Temuan dari penelitian yang telah dilakukan (Supriandi et al., 2024) menyatakan bahwa, kompensasi menempati posisi sebagai faktor paling dominan dalam meningkatkan loyalitas karyawan, mengungguli kepemimpinan dan motivasi. Hal ini menunjukkan bahwa kompensasi yang adil dan kompetitif memiliki kekuatan besar dalam menumbuhkan komitmen jangka panjang karyawan terhadap perusahaan. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh (Lestari dan Lahat, 2024) dalam studinya, di mana kompensasi tidak memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas, meskipun secara simultan bersama dengan pengembangan karir menunjukkan kontribusi yang positif.

Selain faktor *work life balance* dan kompensasi, kepuasan kerja juga berperan penting sebagai variabel mediasi yang dapat memengaruhi loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Kepuasan kerja menjadi salah satu indikator utama dalam menentukan apakah seorang karyawan merasa betah dan terikat secara emosional dengan pekerjaannya.

Menurut Robbins dan Judge (2019), kepuasan kerja merupakan perasaan positif terhadap suatu pekerjaan yang timbul sebagai hasil dari penilaian terhadap berbagai karakteristik atau aspek dalam pekerjaan tersebut. Individu dengan tingkat kepuasan kerja yang tinggi cenderung memandang pekerjaannya secara positif, merasa puas terhadap kondisi dan lingkungan kerja, serta lebih mungkin untuk bertahan dalam organisasi. Sebaliknya, karyawan yang tidak puas akan menunjukkan perasaan negatif, mudah mengalami tekanan psikologis, dan rentan

mengalami *stress*.

Permasalahan kepuasan kerja sering kali berakar dari ketidakseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi (*work life balance*) serta sistem kompensasi yang tidak adil. Ketika beban kerja terlalu tinggi dan waktu pribadi terabaikan, karyawan rentan mengalami stres yang pada akhirnya menurunkan kepuasan kerja. Isa *et al*, (2023) mengungkapkan bahwa *work life balance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja, yang menunjukkan bahwa ketidakseimbangan dalam aspek ini menjadi salah satu penyebab utama menurunnya kenyamanan dalam bekerja. Di sisi lain, ketidakpuasan juga dapat dipicu oleh kompensasi yang tidak sepadan dengan kontribusi dan kinerja yang diberikan, terutama ketika sistem penilaian yang digunakan tidak mempertimbangkan prestasi individu secara objektif. (Sono dan Rosi., 2020) menegaskan bahwa kompensasi yang adil mampu meningkatkan kepuasan kerja secara signifikan. Ketika dua aspek tersebut yaitu keseimbangan hidup dan keadilan kompensasi tidak terpenuhi, karyawan akan merasa kurang dihargai dan tidak mendapatkan imbalan yang sesuai, baik secara emosional maupun material. Kondisi ini tidak hanya menurunkan kepuasan kerja, tetapi juga memicu rasa tidak aman terhadap masa depan pekerjaan, dan pada akhirnya dapat melemahkan loyalitas terhadap perusahaan.

Penelitian mengenai pengaruh *work life balance* dan kompensasi terhadap kepuasan kerja telah dilakukan oleh berbagai peneliti dan menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa studi menyatakan bahwa kedua variabel tersebut tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja. Misalnya, studi yang dilakukan oleh (Lestari dan Lahat, 2024) menunjukkan bahwa kompensasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap loyalitas karyawan, yang mengindikasikan bahwa meskipun kompensasi diberikan, hal itu belum tentu mampu meningkatkan kepuasan atau loyalitas apabila tidak dibarengi dengan faktor lain seperti pengembangan karier atau pengakuan non-materi. Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian (Aminah & Dwiarti, 2024), yang menyimpulkan bahwa *work life balance* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan. Hasil ini memperlihatkan bahwa keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi belum tentu menjadi faktor dominan yang menentukan kepuasan kerja atau loyalitas karyawan.

Dalam perspektif Islam, loyalitas dipandang sebagai bentuk kepatuhan yang diarahkan untuk meraih keridhaan Allah ﷻ, di mana seorang karyawan menunjukkan kesetiaan dengan mengikuti instruksi perusahaan selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama. Loyalitas merupakan ikatan penting antara karyawan dan pimpinan yang harus dijaga oleh kedua belah pihak. Kesempurnaan hubungan antar manusia akan terwujud apabila mereka terlebih dahulu memperbaiki hubungan dengan Sang Pencipta. Sebaliknya, apabila seseorang mengabaikan hubungan baik dengan sesama (*hablumminannas*), secara tidak langsung ia telah merusak hubungan dengan Allah (*hablumminallah*). (Iqbal & Syahrizal, 2021). Dalam manajemen Islam, loyalitas merupakan bentuk kepatuhan sepenuhnya kepada Allah FDFB yang diwujudkan melalui pelaksanaan syariat Islam secara menyeluruh. Islam juga menekankan pentingnya saling membantu dalam kebaikan antar sesama umat Hal ini didasarkan dalam Firman Allah pada ayat At-Taubah/9:59 sebagai berikut (Afif dan Yuniarti, 2022),

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ (التوبة/9: 59)

Artinya: *Seandainya mereka benar-benar rida dengan apa yang diberikan kepada mereka oleh Allah dan Rasul-Nya, dan berkata, “Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya, dan (demikian pula) Rasul-Nya. Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang selalu hanya berharap kepada Allah.” (At-Taubah/9:59)*

Dalam Tafsir As-Sa'di dilansir dari TafsirWeb dijelaskan bahwa, Seandainya orang-orang munafik yang mempersoalkan pembagian sedekah dan zakat itu merasa cukup dengan apa yang telah Allah ﷻ tetapkan bagi mereka, lalu mereka berkata, “Cukuplah Allah bagi kami. Dia pasti akan memberikan rezeki-Nya kepada kami sesuai kehendak-Nya, dan Rasul pun akan membagikan kepada kami apa yang Allah anugerahkan kepadanya. Hanya kepada Allah ﷻ kami bergantung untuk memperoleh karunia,” maka sikap tersebut tentu lebih baik bagi mereka.

Berdasarkan ayat tersebut, Islam mengajarkan pentingnya sikap *ridha*, *tawakal*, dan keikhlasan dalam menerima ketetapan Allah ﷻ, termasuk dalam hal pembagian rezeki dan kebijakan dari pemimpin. Nilai ini relevan untuk membentuk loyalitas karyawan yang tidak hanya didasarkan pada kompensasi materi, tetapi juga pada kepuasan batin dan spiritual. Ketika karyawan mampu menerima kompensasi secara adil, menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi (*work life balance*), serta merasa puas dengan pekerjaannya sebagai bentuk ibadah, maka loyalitas akan tumbuh secara alami. Nilai-nilai Islam mendorong karyawan untuk bekerja dengan ikhlas, sabar, dan bertanggung jawab, yang pada akhirnya menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, produktif, dan berlandaskan keimanan.

Melihat data yang telah diuraikan sebelumnya serta adanya perbedaan temuan dalam berbagai penelitian terdahulu, muncul celah penelitian (*research gap*) yang menunjukkan perlunya studi lanjutan dalam topik ini. Hal tersebut menjadi dasar pertimbangan bagi penulis untuk meneliti lebih dalam mengenai isu yang ada. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk mengangkat judul skripsi: **“Pengaruh *Work Life Balance* dan Kompensasi terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus terhadap Karyawan Gen Z Dalam Industri Kreatif di DKI Jakarta)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, perumusan masalah dalam studi ini meliputi:

1. Apakah *work life balance* memengaruhi kepuasan kerja karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta?
2. Apakah kompensasi memengaruhi kepuasan kerja karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta?
3. Apakah *work life balance* memengaruhi loyalitas karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta?
4. Apakah kompensasi memengaruhi loyalitas karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta?

5. Apakah kepuasan kerja memengaruhi loyalitas karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta?
6. Apakah kepuasan kerja memediasi *work life balance* terhadap loyalitas karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta?
7. Apakah kepuasan kerja memediasi kompensasi terhadap loyalitas karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta?
8. Apakah pengaruh *work life balance* dan kompensasi terhadap loyalitas dengan kepuasan kerja sebagai variabel *intervening* ditinjau dari sudut pandang islam

1.3 Tujuan Penelitian

Oleh karenanya, studi ini mempunyai tujuan yakni diantaranya:

1. Untuk mengetahui apakah *work life balance* memengaruhi kepuasan kerja karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta.
2. Untuk mengetahui apakah kompensasi memengaruhi kepuasan kerja karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta.
3. Untuk mengetahui apakah *work life balance* memengaruhi loyalitas karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta.
4. Untuk mengetahui apakah kompensasi memengaruhi loyalitas karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta.
5. Untuk mengetahui apakah kepuasan kerja memengaruhi loyalitas karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta.
6. Untuk mengetahui apakah kepuasan kerja memediasi *work life balance* terhadap loyalitas karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta.
7. Untuk mengetahui apakah kepuasan kerja memediasi kompensasi terhadap loyalitas karyawan Generasi Z dalam industri kreatif di DKI Jakarta.
8. Untuk mengetahui pengaruh *work life balance* dan kompensasi terhadap loyalitas dengan kepuasan kerja sebagai variabel *intervening* ditinjau dari sudut pandang islam

1.4 Manfaat Penelitian

Studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam bidang studi serta menjadi referensi yang bermanfaat untuk pemahaman yang lebih mendalam, khususnya terkait dengan *work life balance*, kompensasi, kepuasan kerja, dan loyalitas karyawan

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis dalam memberikan wawasan bagi Industri kreatif di DKI Jakarta mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas karyawan pada karyawan Generasi Z, terutama dalam kaitannya dengan *work life balance* dan kompensasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi manajemen sumber daya manusia yang lebih efektif guna meningkatkan kepuasan kerja serta mengurangi tingkat loyalitas karyawan, sehingga dapat mempertahankan dan mengembangkan talenta muda yang produktif dan inovatif dalam lingkungan kerja mereka.