

**PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF
(*COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR*)
DI SEKTOR INFORMAL**

**(Studi Fenomenologi Pada Pemilik UKM dan Pekerja UKM
Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun oleh:

RENALDI MAHMUD

NIM. 12010123420155

FEB UNDIP
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025



SERTIFIKASI

Saya, Renaldi Mahmud, yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Magister Manajemen ini ataupun program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya sepenuhnya berada di Pundak saya.

Semarang, 1 Desember 2025

Renaldi Mahmud

PENGESAHAN TESIS

Yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul :

**PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF
(*COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR*)
DI SEKTOR INFORMAL
(Studi Fenomenologi Pada Pemilik UKM dan Pekerja
UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)**

Yang disusun oleh Renaldi Mahmud, NIM 12010123420155
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 22 Desember 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Semarang, 24 Desember 2025
Universitas Diponegoro
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program

Pembimbing



Mirwan Surya Perdhana, S.E., M.M., Ph.D.

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Dr. Eisha Lataruva'.

Dr. Eisha Lataruva, S.E., M.M.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah :5)

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

(Al Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya
bapak H.Ujang Suryana, Ibu Hj. Ai Rukmini serta kedua adik saya
Defasa Mananda dan Medinah Hasya Fildzah

ABSTRACT

This study aims to explore the subjective meanings and contextual dynamics of Counterproductive Work Behaviour (CWB) among Generation Z workers in the informal sector, positioning the perspectives of SME owners and workers as interrelated units of experience. Grounded in the interpretative paradigm and hermeneutic phenomenology, the study conceptualises CWB not merely as individual behavioural deviance, but as a meaningful expression of work relations, emotions, and value tensions within informal work ecosystems.

Using an Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) approach, data were collected through in-depth interviews with ten informants (five kiosk owners and five Generation Z workers) at the Ciawi Traditional Market, Tasikmalaya. The analytical process was conducted idiographically and reflexively through a double hermeneutic procedure, supported by field notes and member checking to ensure interpretive rigour and credibility.

The findings indicate that CWB manifests across three primary dimensions : poor behaviour, misuse of organisational resources, and inappropriate communication albeit with context-specific articulations characteristic of the informal sector. Two idiographic conceptual extensions emerged: informational misuse (leakage of product codes and cost information) and the public nature of workplace communication, which transforms interpersonal deviance into immediate organisational loss. The study also confirms three key antecedents of CWB : job stressors, perceived organisational injustice, and negative emotions arising from threats to self-esteem with negative emotions constituting the most dominant pathway among Generation Z workers.

The contribution of this study lies in enriching the CWB literature through a phenomenological contextualisation of informal-sector work within open service spaces, while offering low-cost managerial implications that are psychologically and culturally sensitive. More broadly, the findings underscore the value of phenomenological approaches in management research for bridging behavioural theory with under-standardised socio-economic realities.

Keywords: *Counterproductive Work Behaviour; Generation Z; Informal Sector; Traditional Market SMEs; Interpretative Phenomenology*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi makna subjektif dan dinamika kontekstual *Counterproductive Work Behaviour* (CWB) pada pekerja Generasi Z di sektor informal, dengan menempatkan perspektif pemilik UKM dan pekerja sebagai unit pengalaman yang saling berkelindan. Berpijak pada paradigma interpretatif dan filsafat fenomenologi hermeneutik, studi ini memandang CWB bukan semata deviasi perilaku individual, melainkan ekspresi bermakna dari relasi kerja, emosi, dan ketegangan nilai dalam ekosistem kerja informal.

Menggunakan pendekatan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA), data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap sepuluh informan (lima pemilik kios dan lima pekerja Gen Z) di Pasar Tradisional Ciawi, Tasikmalaya. Proses analisis dilakukan secara idiografis dan refleksif melalui tahapan *double hermeneutic*, dengan dukungan catatan lapangan dan *member checking* untuk memastikan kredibilitas dan ketelitian interpretasi.

Temuan menunjukkan bahwa CWB termanifestasi dalam tiga dimensi utama yaitu *poor behaviour*, *misuse of organisational resources*, dan *inappropriate communication*, namun dengan artikulasi kontekstual khas sektor informal. Dua perluasan konseptual muncul secara idiografis, yakni *informational misuse* (kebocoran kode barang dan informasi biaya) serta sifat publik komunikasi kerja, yang mengubah deviasi interpersonal menjadi kerugian organisasional secara langsung. Studi ini juga mengonfirmasi tiga pemicu utama CWB yaitu stres kerja, persepsi ketidakadilan, dan emosi negatif akibat ancaman harga diri dengan jalur emosi negatif menjadi determinan paling dominan pada pekerja Gen Z.

Kontribusi penelitian ini terletak pada pengayaan literatur CWB melalui kontekstualisasi fenomenologis di sektor informal dengan ruang layanan terbuka, sekaligus menawarkan implikasi manajerial berbiaya rendah yang sensitif secara psikologis dan kultural. Secara lebih luas, temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan fenomenologi dalam ilmu manajemen untuk menjembatani teori perilaku kerja dengan realitas sosial-ekonomi yang belum terstandarisasi.

Kata kunci: *Counterproductive Work Behaviour*; Generasi Z; Sektor Informal; UKM Pasar Tradisional; Fenomenologi Interpretatif

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini yang berjudul **“Perilaku Kontra-Produktif (*Counterproductive Work Behaviour*) di Sektor Informal (Studi Fenomenologi Pada Pemilik UKM dan Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)”**. Penyusunan tesis ini merupakan salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan pendidikan pada program pascasarjana (S2) jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penyusunan tesis ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Atas dukungan yang telah diberikan kepada penulis maka penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

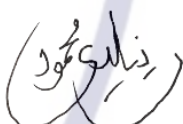
1. Orang tua saya, Bapak H. Ujang Suryana dan Ibu Hj. Ai Rukmini yang selalu ada dalam proses suka duka penulis, selalu memberikan dukungan, perhatian dan doa yang sangat tulus demi kelancaran studi penulis.
2. Adik-adik tersayang Defasa Mananda dan Medinah Hasya Fildzah yang selalu dapat membangkitkan semangat, memberikan cinta, kasih sayang, motivasi, doa, pelajaran hidup, hiburan, canda, tawa, dan kebahagiaan kepada penulis selama masa-masa sulitnya.
3. Guru saya Pimpinan Pondok Pesantren Ibnu Rusyd bapak KH. Ijang Salafudin Romdhoni yang selalu memberikan bimbingan dan doa.
4. Bapak Prof. Faisal, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
5. Bapak Mirwan Surya Perdhana, SE, MM, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
6. Ibu Dr. Eisha Lataruva, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing atas kebaikan, waktu, perhatian, serta arahannya sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya.

8. Seluruh Staf Administrasi, Staf Kemahasiswaan, Tata Usaha, Staf Perpustakaan dan Staf Keamanan Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah banyak memberikan bantuan demi kelancaran proses penyelesaian studi ini.
9. Teman-teman Magister Manajemen Angkatan 64 terutama sahabat-sahabat BC1 A yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan yang telah menemani maupun membantu dari semester awal hingga saat ini.
10. Seluruh Informan yang telah menyempatkan berpartisipasi dalam penelitian ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang terlibat dengan kebaikan yang lebih banyak lagi. Penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Semarang, 09 Desember 2025

Penulis,



Renaldi Mahmud

DAFTAR ISI

SERTIFIKASI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 <i>Counterproductive Work Behaviour (CWB)</i>	15
2.1.1 Konsep <i>CWB</i>	15
2.1.2 Klasifikasi <i>CWB</i>	17
2.1.3 Dimensi <i>CWB</i> Menurut Na-Nan et al. (2020)	18
2.1.4 Faktor Pemicu Perilaku <i>CWB</i>	20
2.1.5 Strategi Pencegahan Perilaku <i>CWB</i>	23
2.1.6 Bentuk-Bentuk Perilaku <i>CWB</i>	26
2.2 Generasi Z	29
2.2.1 Generasi dalam Dunia Kerja.....	29
2.2.2 Karakteristik Psikososial Generasi Z.....	30
2.2.3 Orientasi Kerja dan Perilaku Gen Z dalam Bekerja	35

2.2.4 Tantangan Integrasi Generasi Z dalam Dunia Kerja Informal	36
2.3 Sektor Formal dan Informal.....	38
2.3.1 Sektor Formal	38
2.3.2 Sektor Informal.....	39
2.4 UKM dalam Konteks Sektor Informal	40
2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Pendekatan Penelitian dan Alasan Pemilihannya	47
3.2 Paradigma Penelitian.....	51
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	53
3.3.1 Subjek Penelitian dan Teknik Penentuan Informan	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5 Instrumen Penelitian.....	58
3.5.1 Pedoman Wawancara (<i>Interview Protocol</i>).....	59
3.5.2 Catatan Lapangan (<i>Field Notes</i>)	60
3.5.3 Perangkat Perekam dan Penunjang Teknis.....	61
3.5.4 Penerapan Refleksivitas Peneliti	61
3.6 Teknik Analisis Data.....	61
3.7 Uji Keabsahan Data.....	64
3.8 Prosedur Etika Penelitian	67
3.9 Keterbatasan Metodologi	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	74
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
4.1.2 Dimensi Spasial dan Pembagian Ruang Pasar	75
4.1.3 Karakteristik aktivitas dan Ekonomi Pasar.....	77
4.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	78
4.3 Hasil Penelitian	82
4.3.1 Bentuk-bentuk <i>Counterproductive work behaviour</i> di UKM Pasar Ciawi	82
4.3.2 Faktor Pemicu <i>CWB</i> oleh Pekerja Gen Z di UKM Pasar Ciawi.....	115

4.3.3 Sintesis Jawaban Penelitian (Bentuk <i>CWB</i> terhadap Faktor Pemicu) .	122
4.4 Analisis Hasil Penelitian	130
4.4.1 Analisis Pemaknaan Pemilik UKM terhadap Perilaku Kontra-Produktif	130
4.4.2 Analisis Faktor Pendorong <i>Counterproductive work behaviour</i> pada Pekerja Gen Z.....	138
BAB V PENUTUP.....	147
5.1 Kesimpulan	147
5.2 Implikasi Manajerial	149
5.3 Keterbatasan Saran Penelitian.....	151
5.3.1 Keterbatasan Penelitian	151
5.3.2 Saran Untuk Penelitian Mendatang	152
DAFTAR PUSTAKA	154
LAMPIRAN.....	160

FEB UNDIP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Mengenai <i>Counterproductive work behaviour</i> di Indonesia (2020-2025).....	6
Tabel 2.1 Daftar Indikator <i>Counterproductive Work Behaviour</i>	28
Tabel 4.1 Daftar Informan Pemilik Kios Non Komoditas Pasar Ciawi Tasikmalaya	79
Tabel 4.2 Daftar Informan Pekerja Gen Z Kios Non Komoditas Pasar Ciawi Tasikmalaya	80
Tabel 4.3 Ringkasan Akhir <i>Counterproductive Work Behaviour</i>	111
Tabel 4.4 Ringkasan Faktor Pemicu <i>CWB</i> pada Pekerja Gen Z (UKM Pasar Ciawi).....	120
Tabel 4.5 Matriks Bentuk <i>CWB</i> dipengaruhi Faktor Pemicu (UKM Pasar Ciawi).....	124
Tabel 4.6 Ringkasan Faktor Pemicu berdampak terhadap Bentuk <i>CWB</i>	127
Tabel 4.7 Bentuk <i>CWB</i> yang Tidak/Terbatas Terjadi (Konteks Pasar Ciawi)...	129
Tabel 4.8 Komparasi Pemaknaan Dimensi <i>CWB</i> (Teori dengan Konteks Pasar Ciawi).....	135
Tabel 4.9 Faktor Pendorong <i>CWB</i> (Teori dengan Temuan Lapangan).....	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Distribusi Pekerja Berdasarkan Generasi dan Rentang Kelahiran	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4.1 Denah UPTD PASAR CIAWI TASIKMALAYA.....	77
Gambar 4.2 Suasana di dalam Pasar ciawi Tasikmalaya	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman wawancara Pemilik UKM di Pasar Ciawi	161
Lampiran 2 Pedoman wawancara Pekerja Gen Z	166
Lampiran 3 Lembar <i>Memberchecking</i> Pemilik Kios	170
Lampiran 4 Lembar <i>Memberchecking</i> Informan Pekerja Gen Z.....	171
Lampiran 5 Rencana Jadwal Penelitian	172
Lampiran 6 <i>Draft</i> wawancara pemilik kios Non Komoditas	173
Lampiran 7 <i>Draft</i> wawancara Pekerja Gen Z kios Non Komoditas	207
Lampiran 8 Data Informan.....	242
Lampiran 9 Denah Pasar Ciawi Tasikmalaya	243
Lampiran 10 Dokumentasi Pasar Ciawi Tasikmalaya	244
Lampiran 11 Dokumentasi Pemilik Kios.....	249
Lampiran 12 Dokumentasi Pekerja Gen Z.....	252
Lampiran 13 Dokumentasi Suasana keakraban di Pasar Ciawi Tasikmalaya.....	255



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi global, sektor Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) di Indonesia tetap memainkan peran sentral dalam menopang perekonomian nasional. Dalam konteks ketenagakerjaan, UKM di Indonesia tersebar dalam dua ranah besar, yaitu sektor formal dan informal. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS Indonesia, 2024), sektor formal mencakup pekerja dengan status buruh, karyawan, atau pegawai yang mendapat perlindungan hukum dan jaminan sosial, sementara sektor informal mencakup pekerja mandiri, pekerja bebas, dan pekerja keluarga yang umumnya tidak memiliki kontrak kerja maupun perlindungan ketenagakerjaan. Oleh karena itu, kajian terhadap sektor informal, khususnya pekerja muda, menjadi relevan mengingat jumlahnya yang masih mendominasi dalam struktur ketenagakerjaan di Indonesia. Berdasarkan data CPA Australia, sektor UKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Sutriyanto, 2025). Sektor ini bukan hanya menjadi sumber penghidupan bagi jutaan keluarga, tetapi juga menjadi penyangga utama pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Dalam konteks lokal, pasar tradisional seperti Pasar Ciawi di Kabupaten Tasikmalaya menjadi representasi nyata dari vitalitas UKM. Pasar ini bukan hanya menjadi pusat transaksi ekonomi, tetapi juga wadah interaksi sosial yang merefleksikan budaya kerja masyarakat. Lingkungan kerja di pasar tradisional

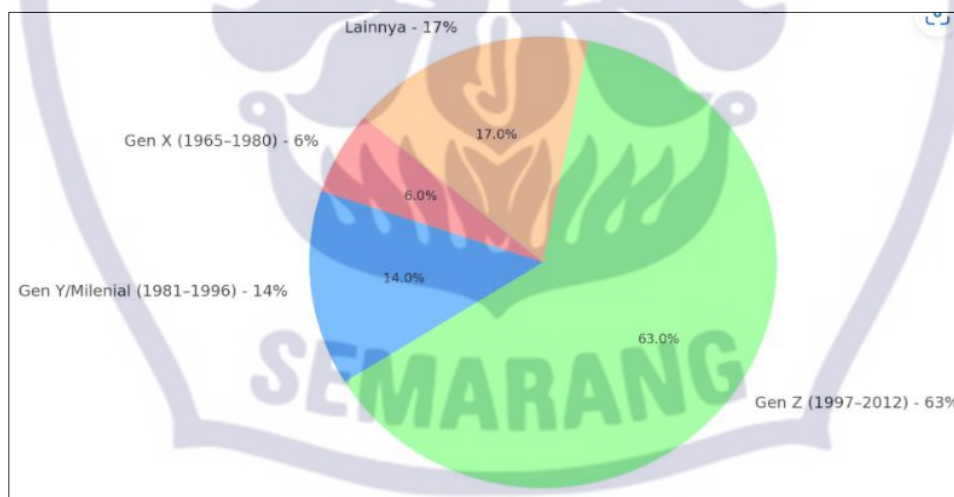
cenderung bersifat informal, fleksibel, dan berbasis hubungan interpersonal yang erat antara pemilik kios, pekerja, dan pelanggan. Konteks UKM di pasar tradisional seperti Pasar Ciawi tidak hanya penting dari segi ekonomi, tetapi juga menarik dari perspektif penelitian karena keunikan dan kompleksitasnya.

Seiring perubahan demografis, dunia kerja kini mulai dipenuhi oleh Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Gen Z dikenal dengan karakteristiknya yang adaptif terhadap teknologi, mengutamakan fleksibilitas kerja, menghargai keseimbangan hidup, serta memiliki ekspektasi tinggi terhadap keadilan dan transparansi dalam hubungan kerja (Hassan, 2024). Namun, data dari BPS Indonesia (2024) menunjukkan bahwa Gen Z menghadapi tantangan serius dalam dunia kerja. Sebanyak 20,27% dari Gen Z di Indonesia tercatat tidak bekerja, bersekolah, atau mengikuti pelatihan, dengan tingkat pengangguran terbuka mencapai 42,62%. Di Provinsi Jawa Barat sendiri, dari 8,12 juta penduduk Gen Z, hanya sekitar 2,96 juta yang bekerja, sementara sisanya menghadapi pengangguran aktif (Alhamidi, 2025).

Fenomena tingginya angka pengangguran ini mendorong banyak Gen Z untuk mencari alternatif di sektor informal, termasuk menjadi pekerja di pasar tradisional. Namun, dinamika antara karakteristik Generasi Z dan lingkungan pasar tradisional memunculkan tantangan baru, salah satunya adalah meningkatnya *Counterproductive Work Behaviour (CWB)* di kalangan pekerja muda. Dari hasil observasi awal perilaku-kontra-produktif terjadi di kios non komoditas seperti kios pakaian, kios sepatu dan kios kain. Pemilik kios mengeluhkan bahwa para pekerja Gen Z yang bekerja di kios mereka melakukan perilaku yang dapat merugikan

pemilik kios. *CWB* merujuk pada perilaku disengaja yang bertentangan dengan tujuan organisasi dan dapat merugikan organisasi atau individu lain (Spector et al., 2006). Bentuk-bentuk *CWB* meliputi pencurian, penyalahgunaan sumber daya organisasi, keterlambatan kerja, perilaku agresif, hingga penyimpangan produktivitas. Studi awal Na-Nan et al. (2020) yang mengembangkan instrumen *CWB* di sektor UKM Thailand menemukan bahwa *CWB* terbagi dalam dimensi *poor behaviour*, *misuse of organizational resources*, dan *inappropriate communication*. Mereka juga menekankan perlunya studi lintas budaya untuk memahami variasi perilaku ini di konteks sosial yang berbeda.

Gambar 1. 1
Distribusi Pekerja Berdasarkan Generasi dan Rentang Kelahiran



Sumber : Hasil oleh peneliti, (2025)

Berdasarkan hasil pra-observasi di Pasar Tradisional Ciawi Tasikmalaya, ditemukan bahwa pekerja Gen Z mendominasi tenaga kerja pasar (63%) dan menunjukkan tingkat *CWB* yang cukup mengkhawatirkan. Penelitian ini berfokus pada perilaku pekerja Generasi Z yang bekerja sebagai asisten pedagang atau

pekerja kios di Pasar Ciawi, dengan mempertimbangkan perspektif pemilik kios sebagai informan sekunder untuk memahami dinamika hubungan kerja.

Merujuk pada dimensi perilaku kontra-produktif Na-Nan et al (2020), hasil pra observasi ditemukan bentuk-bentuk *CWB* yaitu meliputi keterlambatan kerja dengan sengaja, penggunaan *smartphone* untuk bermain media sosial saat bekerja, komunikasi tidak sopan dengan konsumen, absen tanpa pemberitahuan, hingga membocorkan informasi rahasia yang dimiliki oleh pemilik kios kepada orang lain seperti pekerja Gen Z yang bekerja di kios non komoditas membocorkan kode barang dari kios dimana sebelumnya mereka pernah bekerja, hal ini sangat merugikan pemilik kios karena ketika kode barang diketahui orang lain di luar kios maka hal tersebut dapat mengganggu pemilik kios dalam proses penjualan barang karena sulit menentukan harga jual yang diinginkan. Ironisnya, meskipun banyak pemilik kios memperlakukan pekerja Gen Z dengan sikap yang longgar dan penuh toleransi, perilaku kontra-produktif tetap terjadi. Hal ini bertentangan dengan teori sebelumnya yang menyatakan bahwa kepemimpinan otoriter memicu *CWB* (Spector et al., 2006).

Kondisi ini mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi dan realitas kerja di sektor informal, khususnya dalam dinamika hubungan antara pekerja Gen Z dan pemilik kios di pasar tradisional. Selain itu, berbeda dari temuan Ferdiansah et al., (2025) yang menunjukkan bahwa tekanan *stretch goals* berkontribusi terhadap munculnya *CWB* di sektor formal, para pekerja pasar tradisional di Ciawi justru menunjukkan *CWB* tanpa adanya tekanan target kinerja yang ketat.

Dalam literatur *CWB* global, fokus penelitian masih didominasi oleh studi di sektor formal dan pada populasi Generasi Y (Dongrey & Rokade, 2024; Na-Nan et al., 2020). Minimnya penelitian tentang *CWB* di sektor informal, khususnya di lingkungan pasar tradisional Indonesia, menunjukkan adanya gap populasi, gap konteks, dan gap metode yang signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan guna memperluas pemahaman tentang *CWB* di sektor informal serta dinamika sosial yang membentuk perilaku pekerja muda di lingkungan tersebut.

Pendekatan kualitatif fenomenologi dipilih dalam penelitian ini karena bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif pekerja Gen Z dalam memaknai perilaku kontra-produktif yang mereka lakukan. Pendekatan fenomenologi interpretatif dipilih untuk mengeksplorasi makna subjektif perilaku kontra-produktif melalui wawancara mendalam, memungkinkan peneliti menangkap esensi pengalaman *lived experience* para pemilik kios terkait perilaku kontra-produktif yang dilakukan oleh pekerja GenZ.

Fenomenologi memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana para pekerja ini membangun persepsi terhadap tindakan mereka (Wakwabubi & Orobia, 2025), faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut, serta bagaimana mereka melihat hubungan kerja di lingkungan pasar tradisional. Untuk memperkuat argumentasi mengenai pentingnya penelitian ini, berikut dirangkum perkembangan penelitian mengenai *Counterproductive Work Behaviour (CWB)* yang telah dilakukan di Indonesia pada periode 2020–2025. Dari ringkasan ini terlihat bahwa penelitian *CWB* di Indonesia selama ini masih berfokus pada sektor

formal, seperti di perguruan tinggi, sektor perbankan, rumah sakit, instansi pemerintah, dan industri telekomunikasi, tanpa ada yang secara spesifik meneliti sektor informal seperti pasar tradisional.

Tabel 1.1
Penelitian Mengenai *Counterproductive Work Behaviour* di Indonesia (2020-2025)

No	Judul dan Tahun	Sektor	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
1	<i>The contribution of interpersonal conflict and organizational justice to counterproductive work behaviour and the moderating role of emotional intelligence</i> (Adha et al., 2024)	Formal	Sekretariat Daerah Kabupaten Bima	<i>Interpersonal conflict</i> berkontribusi positif terhadap <i>CWB</i> , <i>organizational justice</i> berkontribusi negatif terhadap <i>CWB</i> , <i>emotional intelligence</i> memoderasi hubungan tersebut.
2	<i>Cross level analysis of organizational justice climate to counterproductive work behaviour: Leader-member exchange as mediation</i> (Siswanti et al., 2020)	Formal	Perguruan Tinggi Negeri Baru di Indonesia	<i>Procedural justice climate</i> berpengaruh negatif terhadap <i>CWB</i> .
3	<i>How interactional justice within organisations impacts Counterproductive work behaviours and self-efficacy in the presence of performance appraisal satisfaction</i> (Miharja et al., 2020)	Formal	Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia	Interactional justice berpengaruh terhadap <i>CWB</i> , performance appraisal satisfaction memediasi hubungan tersebut.

No	Judul dan Tahun	Sektor	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
4	<i>The Interactive Effects of Leadership Styles on Counterproductive Work Behaviour</i> (Sabran et al., 2022)	Formal	Bank Syariah BUMN di Malang Raya	Transformational leadership mengurangi <i>CWB</i> , transactional leadership meningkatkan <i>CWB</i> .
5	<i>The organisational climate and Counterproductive work behaviour in Indonesian occupational hospitals</i> (Budiman et al., 2020)	Formal	Rumah Sakit Pemerintah di Indonesia	Organisational climate dan Leader-Member Exchange Quality (LMXQ) berpengaruh negatif terhadap <i>CWB</i> .

Sumber: Diolah dari berbagai penelitian, (2025)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa belum terdapat penelitian yang secara eksplisit mengkaji fenomena *CWB* di sektor informal, khususnya di lingkungan pasar tradisional. Temuan pada sektor formal, yang sering kali memiliki struktur organisasi hierarkis dan target kinerja ketat, sulit diterapkan pada sektor informal seperti pasar tradisional yang ditandai dengan fleksibilitas dan hubungan interpersonal, sehingga memerlukan kajian konteks-spesifik. Hal ini semakin menegaskan adanya gap penelitian (*population gap* dan *context gap*) yang berusaha diisi oleh penelitian ini, sehingga diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur dan praktik manajemen sumber daya manusia di sektor informal di Indonesia.

Sektor ini menyimpan dinamika sosial dan proses pengambilan keputusan yang khas, yang sering kali berbeda dengan teori manajemen konvensional. Namun,

salah satu tantangan terbesar dalam mengkaji sektor ini adalah sifatnya yang cenderung tertutup. Banyak pemilik usaha yang masih memegang nilai-nilai tradisional dan skeptis terhadap pihak luar, termasuk peneliti, karena khawatir informasi usahanya akan disalahgunakan (Yaqin et al., 2023).

Situasi ini menjadikan akses ke lapangan sebagai sebuah tantangan metodologis yang signifikan. Oleh karena itu, penelitian yang berhasil menembus lingkungan tersebut memiliki nilai kebaruan (*novelty*) yang tinggi (Hu, 2025). Studi ini berkontribusi penting dalam memperkaya literatur akademik karena minimnya riset terdokumentasi yang membahas dinamika internal UKM pasar tradisional secara mendalam, serta adanya celah antara teori dan praktik manajemen yang ada. Penelitian ini berpotensi menghasilkan pemahaman kontekstual yang relevan bagi pengembangan ilmu manajemen berbasis kearifan lokal, sekaligus menjembatani dunia akademik dengan realitas sosial ekonomi di tingkat akar rumput.

Pentingnya mengukur *Counterproductive work behaviour (CWB)* pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan hal yang sangat mendesak, mengingat perilaku merugikan ini telah dikonfirmasi terjadi di UKM, yang secara global menyebabkan kerugian hingga miliaran dolar setiap tahunnya dan merusak moral serta motivasi karyawan (Na-Nan et al 2020). Lebih lanjut, urgensi ini meningkat secara signifikan dalam konteks ekonomi seperti Indonesia, di mana kontribusi sektor UKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Sutriyanto, 2025). Sehingga setiap bentuk *CWB* yang mencakup perilaku buruk, penyalahgunaan sumber daya organisasi, dan komunikasi yang tidak pantas berpotensi besar

merusak stabilitas ekonomi nasional dan kinerja sektor bisnis secara keseluruhan. Oleh karena itu, pengembangan dan validasi instrumen pengukuran *CWB* yang reliabel di UKM, seperti yang dilakukan oleh (Na-Nan et al 2020). menjadi krusial untuk membantu organisasi dan praktisi mengidentifikasi, memahami, dan mengembangkan perilaku karyawan menjadi perilaku yang baik.

Melalui penelitian ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai fenomena *CWB* dalam konteks UKM pasar tradisional di Indonesia, sekaligus memberikan kontribusi bagi pengembangan teori manajemen sumber daya manusia berbasis lokal dan solusi praktis untuk pengelolaan tenaga kerja muda di sektor informal. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan panduan praktis bagi pengelola pasar dan pemilik kios dalam mengelola pekerja Gen Z, serta masukan bagi pembuat kebijakan UKM untuk meningkatkan produktivitas sektor informal.

1.2 Rumusan Masalah

Fenomena meningkatnya perilaku kontra-produktif (*Counterproductive Work Behaviour* atau *CWB*) pada pekerja Generasi Z di sektor informal, seperti pasar tradisional, menunjukkan adanya ketegangan nilai antara ekspektasi generasi baru dan budaya kerja lokal yang telah mengakar. Penelitian terdahulu telah banyak menelaah *CWB* dalam konteks sektor formal (Adha et al., 2024; Budiman et al., 2020), namun masih minim yang menyoroti sektor informal yang lebih cair dan berbasis relasi personal. Studi Na-Nan et al. (2020) bahkan mendorong pentingnya riset lintas budaya untuk memahami dimensi *CWB* yang berbeda sesuai konteks sosial masyarakat.

Hasil pra-observasi di Pasar Ciawi Tasikmalaya menunjukkan bahwa pekerja Gen Z melakukan *CWB* seperti keterlambatan kerja, absen mendadak, hingga penggunaan media sosial selama jam kerja, meskipun tidak ada tekanan target kerja yang ketat. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara nilai personal dan ekspektasi kerja di lingkungan pasar yang informal, yang belum terungkap secara mendalam melalui pendekatan kualitatif. Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk menjawab dua pertanyaan utama berikut:

1. Bagaimana pemilik UKM memaknai perilaku kontra-produktif (*CWB*) pekerja Generasi Z yang mereka lakukan dalam keseharian kerja di sektor informal, khususnya di Pasar Ciawi, Tasikmalaya?
2. Faktor-faktor apa saja yang mendorong terjadinya perilaku kontra-produktif pada pekerja Generasi Z di lingkungan pasar tradisional?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak di capai dari penelitian ini adalah :

1. Memahami pemilik UKM memaknai perilaku kontra-produktif (*CWB*) yang dilakukan pekerja Generasi Z dalam keseharian kerja di sektor informal, khususnya di Pasar Ciawi, Tasikmalaya
2. Memahami Faktor-faktor apa saja yang mendorong terjadinya perilaku kontra-produktif pada pekerja Generasi Z di lingkungan pasar tradisional

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi makna subjektif di balik perilaku kontra-produktif yang dilakukan oleh pekerja Generasi Z di sektor informal. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi interpretatif, studi ini juga ingin mengungkap bagaimana faktor sosial, budaya, dan struktural membentuk

persepsi dan respons pekerja terhadap lingkungan kerja yang tidak terstandarisasi secara formal. Mengacu pada Fan et al. (2023) dan Brender-Ilan & Sheaffer (2019), *CWB* dipahami bukan sekadar bentuk pelanggaran, melainkan ekspresi simbolik atas ketidakpuasan, kekecewaan, atau resistensi terhadap sistem kerja yang tidak adaptif.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini harapannya dapat memberi manfaat antara lain :

1. Bagi Praktisi (Pemilik Kios dan Pengelola Pasar)

Temuan penelitian ini dapat membantu merancang strategi pengelolaan pekerja muda berbasis nilai lokal dan komunikasi yang lebih terbuka, serta mencegah terjadinya konflik nilai yang memicu *CWB*.

2. Bagi Akademis

Studi ini mengisi research gap dalam literatur *CWB* yang masih minim menjangkau konteks informal dan budaya lokal. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pendekatan fenomenologis yang menggali makna sosial di balik perilaku kerja generasi muda (Na-Nan et al., 2020; Spector et al., 2006).

3. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi wadah pembelajaran untuk mendalami dinamika sosial dalam perilaku organisasi, sekaligus memperkaya pemahaman akademik dalam merancang solusi berbasis kontekstual bagi isu SDM di sektor informal.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mendukung kelancaran dalam memahami isi dan alur argumentasi penelitian ini, struktur penulisan tesis disusun secara sistematis dan logis, mulai dari pengenalan masalah hingga penyajian rekomendasi berbasis temuan lapangan. Setiap bab dirancang untuk membangun narasi yang utuh, berkesinambungan, dan saling mendukung satu sama lain, sesuai dengan pendekatan kualitatif fenomenologi yang digunakan. Sistematika ini sekaligus mencerminkan tahapan berpikir ilmiah yang digunakan dalam menelusuri dan menafsirkan makna subjektif di balik perilaku kontra-produktif pekerja Generasi Z di sektor informal. Adapun rincian struktur penulisan dalam tesis ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan fondasi awal yang menjelaskan latar belakang fenomena yang diteliti, merumuskan permasalahan utama, menjabarkan tujuan yang ingin dicapai, serta menggambarkan kontribusi penelitian dari segi teoritis dan praktis. Di akhir bab, disampaikan pula sistematika penulisan tesis secara menyeluruh agar pembaca memperoleh gambaran awal mengenai alur pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengulas secara kritis berbagai teori dan konsep yang relevan dengan topik penelitian, termasuk teori Counterproductive Work Behaviour (*CWB*), karakteristik Generasi Z dalam dunia kerja, serta nilai-nilai budaya lokal yang memengaruhi dinamika kerja di

sektor informal. Selain itu, disajikan pula hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis dan kerangka konseptual yang digunakan sebagai dasar pemahaman terhadap fenomena yang dikaji.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci pendekatan fenomenologi interpretatif yang digunakan dalam penelitian, termasuk alasan pemilihannya, strategi pengumpulan data melalui wawancara mendalam, kriteria pemilihan partisipan, teknik analisis data, serta langkah-langkah untuk menjamin keabsahan data. Penjelasan dalam bab ini menekankan pentingnya mendalami pengalaman subjektif partisipan untuk menangkap esensi makna dari perilaku yang diteliti.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil eksplorasi lapangan yang diperoleh dari narasi-narasi partisipan, disertai interpretasi peneliti terhadap makna di balik perilaku kontra-produktif yang muncul. Temuan penelitian dianalisis secara mendalam dalam kaitannya dengan teori-teori yang telah dibahas sebelumnya, serta dalam konteks nilai-nilai lokal masyarakat Sunda yang menjadi latar budaya dari para partisipan.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini merangkum secara sistematis kesimpulan dari temuan utama penelitian, menyoroti implikasi praktis bagi pengelolaan sumber daya manusia di sektor informal, serta menawarkan saran-saran yang aplikatif bagi pemangku kepentingan

dan peneliti selanjutnya. Bab ini sekaligus menjadi penutup dari rangkaian penyusunan tesis yang mengedepankan pemahaman mendalam terhadap realitas sosial pekerja muda di lingkungan kerja non-formal.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan pembahasan mendalam mengenai lima aspek utama yang menjadi landasan konseptual dalam penelitian ini: (1) *Counterproductive Work Behaviour (CWB)*, (2) Generasi Z sebagai subjek utama, (3) peran Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) sebagai latar sektoral, serta (4) pendekatan fenomenologi sebagai metode yang digunakan dalam studi ini. Setiap subbagian diuraikan secara komprehensif dan mendalam dengan dukungan kutipan pustaka agar membentuk kerangka berpikir yang utuh.

2.1 *Counterproductive Work Behaviour (CWB)*

2.1.1 Konsep *CWB*

Dalam upaya memahami fenomena perilaku kerja yang menyimpang dalam organisasi, yang juga dikenal sebagai *misbehaviour* di tempat kerja (Vardi & Weitz, 2003). Konsep *Counterproductive Work Behaviour* menjadi sangat penting. *CWB* merupakan istilah payung yang digunakan untuk menggambarkan berbagai tindakan yang disengaja oleh karyawan yang bertentangan dengan tujuan organisasi (Marcus et al., 2016). *CWB* merupakan istilah payung yang digunakan untuk menggambarkan berbagai tindakan yang disengaja oleh karyawan yang bertentangan dengan tujuan organisasi. Dimensi *CWB* yang dikemukakan oleh (Nan et al., 2020) memberikan kerangka yang komprehensif untuk mengidentifikasi berbagai bentuk dan karakteristik perilaku ini, khususnya dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM).

Counterproductive Work Behaviour (CWB) merupakan suatu bentuk perilaku kerja yang merugikan organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung (Ones, 2018). *CWB* merupakan istilah payung yang digunakan untuk menggambarkan berbagai tindakan yang disengaja oleh karyawan yang bertentangan dengan tujuan organisasi. Dimensi *CWB* yang dikemukakan oleh (Nan et al., 2020) memberikan kerangka yang komprehensif untuk mengidentifikasi berbagai bentuk dan karakteristik perilaku ini, khususnya dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM). Serangkaian perilaku negatif di tempat kerja yang didorong oleh rasa iri hati, khususnya iri hati yang bersifat jahat (*malicious envy*), dengan tujuan untuk menyakiti atau merugikan subjek yang diiri atau organisasi secara keseluruhan. *CWB* mengacu pada tindakan-tindakan yang dilakukan secara sengaja oleh karyawan (Walter & Au-Yong-Oliveira, 2025), yang bertentangan dengan kepentingan organisasi dan dapat berdampak pada menurunnya efisiensi operasional maupun keharmonisan di tempat kerja. Alqhaiwi et al., (2024) menambahkan bahwa *CWB* mencakup berbagai perilaku disengaja yang mengganggu efektivitas organisasi, seperti keterlambatan, absen tanpa alasan, perilaku agresif, bahkan sabotase. Dalam konteks sektor informal, bentuk *CWB* dapat terlihat dalam sikap masa bodoh terhadap pelanggan, penghindaran tugas, hingga manipulasi transaksi. yang merugikan organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Alqhaiwi et al. (2024) menjelaskan bahwa *CWB* mencakup berbagai perilaku disengaja yang mengganggu efektivitas organisasi, seperti keterlambatan, absen tanpa alasan, perilaku agresif, bahkan sabotase. Dalam

konteks sektor informal, bentuk *CWB* dapat terlihat dalam sikap masa bodoh terhadap pelanggan, penghindaran tugas, hingga manipulasi transaksi.

2.1.2 Klasifikasi *CWB*

Teori Untuk memahami ruang lingkup Counterproductive Work Behaviour secara sistematis, penting untuk terlebih dahulu mengklasifikasikan jenis-jenis perilaku yang termasuk ke dalamnya. Klasifikasi ini membantu dalam mengidentifikasi bentuk-bentuk *CWB* berdasarkan targetnya, apakah terhadap individu atau organisasi. Klasifikasi *CWB* secara fundamental telah dipetakan oleh (Robinson & Bennett, 1995) yang membagi perilaku menyimpang ke dalam dua dimensi utama: dimensi interpersonal (terhadap individu) dan dimensi organisasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Spector (2006) yang mengelompokkannya menjadi *CWB-I* dan *CWB-O*. *CWB* dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori besar yaitu :

1. *CWB* terhadap individu (*CWB-I*): mencakup perilaku seperti pelecehan, intimidasi, dan kekerasan verbal terhadap rekan kerja.
2. *CWB* terhadap organisasi (*CWB-O*): termasuk ketidakhadiran, pencurian barang, sabotase peralatan, dan pelanggaran prosedur kerja.

Menurut Spector et al. dalam Alqhaiwi et al. (2024), perilaku ini bukan hanya mencerminkan permasalahan personal karyawan, tetapi juga menjadi indikator kegagalan sistemik dalam manajemen sumber daya manusia (A. Cohen & Özsoy, 2025).

2.1.3 Dimensi *CWB* Menurut Na-Nan et al. (2020)

Dalam studi perilaku organisasi, *Counterproductive work behaviour* merujuk pada perilaku disengaja (intentional) yang dilakukan oleh karyawan yang merugikan organisasi atau individu dalam organisasi tersebut. Spector dan Fox (2002) menegaskan bahwa perilaku ini bersifat sukarela (*voluntary*) dan didorong oleh pilihan sadar individu untuk melakukan tindakan menyimpang. Na-Nan et al. (2020) dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM) di Thailand, mengembangkan dan memvalidasi instrumen pengukuran *CWB* yang merefleksikan karakteristik perilaku menyimpang secara empiris di lingkungan kerja. Berdasarkan hasil eksplorasi dan konfirmasi faktor, mereka mengidentifikasi tiga dimensi utama *CWB*, yaitu :

1. *Poor Behaviour* (Perilaku Buruk)

Dimensi ini mencakup tindakan karyawan yang menurunkan produktivitas dan integritas kerja, seperti :

- a. Datang terlambat atau pulang lebih awal dari waktu yang ditentukan.
- b. Menyelesaikan pekerjaan secara lambat atau tidak optimal.
- c. Mengabaikan tugas yang diberikan dan tidak berkinerja sesuai potensi.
- d. Menggunakan waktu kerja untuk urusan pribadi (misalnya bermain media sosial, mengurus bisnis pribadi, atau menghindari pekerjaan).
- e. Tidak hadir tanpa pemberitahuan, mengambil cuti sakit secara tidak sah, atau bekerja dalam keadaan tidak sehat (misalnya dalam kondisi mabuk).

Perilaku ini dianggap sebagai ekspresi pasif dari perlawanan terhadap aturan atau tekanan kerja, yang sering kali dilakukan secara repetitif dan merusak efisiensi kerja baik secara individu maupun organisasi.

2. *Misuse of Organizational Resources* (Penyalahgunaan Sumber Daya Organisasi)

Dimensi kedua mengacu pada tindakan penyalahgunaan atau perusakan terhadap aset milik organisasi. Termasuk dalam kategori ini adalah :

- a. Menggunakan peralatan atau bahan kantor (komputer, fotokopi, alat tulis) untuk kepentingan pribadi.
- b. Membawa pulang perlengkapan kantor tanpa izin.
- c. Mencuri sumber daya organisasi secara langsung, baik uang maupun barang.

Hollinger & Clark (1983) mengidentifikasi perilaku ini sebagai *property deviance* (penyimpangan properti). Lebih lanjut, T. R. Cohen et al., (2013) menegaskan bahwa perilaku ini sering kali memuat intensi untuk merugikan atau melakukan sabotase terhadap organisasi, bukan sekadar kelalaian. Penyalahgunaan sumber daya sering kali terjadi karena rendahnya rasa memiliki terhadap organisasi atau lemahnya pengawasan dan kontrol manajerial (Chang, 2025).

3. *Inappropriate Communication* (Komunikasi yang Tidak Pantas)

Dimensi ketiga berkaitan dengan ekspresi verbal atau non-verbal yang mengganggu keharmonisan relasi antarpribadi dalam organisasi, seperti:

- a. Berbicara kasar atau sarkastik kepada rekan kerja maupun atasan.

- b. Menyebarakan gosip tentang atasan atau kolega.
- c. Menggunakan bahasa tidak sopan di tempat kerja.
- d. Menggunakan telepon kantor untuk keperluan pribadi.

Bentuk komunikasi ini sering menjadi pemicu utama konflik antarpegawai, menurunkan moral tim, serta merusak kerja sama dan iklim kerja yang sehat. Ketiga dimensi tersebut diuji melalui Exploratory Factor Analysis (EFA) dan Confirmatory Factor Analysis (CFA) dengan hasil yang menunjukkan reliabilitas dan validitas tinggi. Nilai Cronbach's Alpha masing-masing dimensi mencapai > 0.93 , mengindikasikan konsistensi internal yang sangat baik. Instrumen ini kemudian dapat digunakan sebagai alat ukur *CWB* di berbagai sektor UKM, terutama dalam konteks budaya kerja Asia Tenggara yang memiliki karakteristik interpersonal yang khas. Maka dari itu, pemetaan dimensi *CWB* seperti yang dilakukan Na-Nan et al. (2020) menjadi alat bantu penting dalam merancang pendekatan manajerial yang responsif dan kontekstual.

2.1.4 Faktor Pemicu Perilaku *CWB*

Dalam memahami jenis-jenis dan bentuk *CWB* yang umum terjadi di lingkungan kerja, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi faktor-faktor penyebabnya. Faktor pemicu merupakan aspek-aspek psikologis, sosial, dan struktural yang menciptakan kondisi subur bagi munculnya *CWB*. Perilaku kerja kontra-produktif (*Counterproductive work behaviour*) merupakan bentuk perilaku disengaja yang berdampak negatif terhadap organisasi maupun individu di tempat kerja (Bani-Melhem et al., 2025). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Na-Nan et

al. (2020), walaupun fokus utama mereka adalah pengembangan dan validasi instrumen pengukuran *CWB*, kajian teoritis dalam penelitian tersebut mengungkap beberapa faktor yang berperan sebagai pemicu utama *CWB*. Berikut ini adalah tiga faktor pemicu yang dikemukakan secara konseptual oleh Na-Nan et al. (2020) :

1. Stres Kerja (*Job Stressors*)

Stres kerja merupakan salah satu pemicu utama munculnya perilaku kontra-produktif. Individu yang mengalami tekanan psikologis dari beban kerja berlebihan, ketidakjelasan peran, atau konflik dengan atasan dan rekan kerja, cenderung mengalami frustrasi (Sethi et al., 2025). Dalam situasi tersebut, karyawan dapat melampiaskan tekanan tersebut melalui tindakan menyimpang seperti keterlambatan, ketidakpatuhan, atau perilaku destruktif lainnya. Penelitian Na-Nan et al. (2020) mengacu pada studi Fox et al., (2001) serta Smithikrai, (2014) yang secara empiris membuktikan bahwa stres kerja berkorelasi kuat dengan kecenderungan munculnya *CWB* sebagai respons emosional terhadap situasi kerja yang tidak menyenangkan.

2. Ketidakadilan Organisasi (*Organizational Injustice*)

Ketidakadilan yang dirasakan dalam lingkungan organisasi juga menjadi pemicu penting dari *CWB*. Ketidakadilan ini dapat muncul dalam bentuk ketimpangan dalam pembagian tugas, sistem penilaian kinerja yang bias, atau perlakuan diskriminatif dari atasan. Karyawan yang merasa diperlakukan tidak adil sering kali kehilangan motivasi dan mulai menunjukkan perilaku menyimpang sebagai bentuk perlawanan (Kidwell & Kochanowski, 2005). Sedangkan Lavelle et al., (2018) menambahkan bahwa

persepsi ketidakadilan ini dapat memicu balas dendam yang merusak kerja sama tim dan hubungan dengan atasan sebagai bentuk perlawanan atau kompensasi atas perlakuan tersebut (Burhan & Siddiqui, 2025). Na-Nan et al. (2020) menekankan bahwa persepsi terhadap ketidakadilan dapat memicu tindakan sabotase, resistensi terhadap aturan kerja, dan penarikan diri dari tanggung jawab.

3. Emosi Negatif dan Ancaman terhadap Harga Diri

Faktor ketiga yang diangkat oleh Na-Nan et al. (2020) adalah emosi negatif, khususnya yang timbul ketika individu merasa harga dirinya terancam. Ketika seseorang mengalami kritik, penghinaan, atau perlakuan yang merendahkan di tempat kerja, ia mungkin akan merespons dengan perilaku agresif atau menyerang balik untuk mempertahankan citra dirinya (Ma et al., 2025). Ketika seseorang mengalami kritik, penghinaan, atau perlakuan yang merendahkan di tempat kerja, ia mungkin akan merespons dengan perilaku agresif atau menyerang balik untuk mempertahankan citra dirinya. Hal ini diperkuat oleh teori *threatened egotism* dari Baumeister et al., (1996), yang menjelaskan bahwa agresi sering kali muncul bukan karena harga diri yang rendah, melainkan ketika seseorang dengan harga diri tinggi (atau narsisme) merasa ego-nya terancam. Emosi seperti marah, tersinggung, dan dendam dapat mendorong seseorang untuk melakukan tindakan yang merugikan rekan kerja atau organisasi (Karpinskaia et al., 2025). *CWB* dalam konteks ini menjadi bentuk mekanisme pertahanan diri dari tekanan psikologis yang dirasakan oleh individu.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa menurut Na-Nan et al. (2020), terdapat tiga faktor utama yang memicu munculnya perilaku kerja kontra-produktif, yaitu stres kerja, persepsi terhadap ketidakadilan organisasi, dan emosi negatif akibat ancaman terhadap harga diri. Ketiga faktor ini saling terkait dan memberikan pemahaman yang penting dalam melihat akar penyebab munculnya perilaku menyimpang di tempat kerja, khususnya dalam konteks organisasi kecil dan menengah.

2.1.5 Strategi Pencegahan Perilaku *CWB*

Counterproductive Work Behaviour (CWB) merupakan tantangan serius dalam dunia kerja, termasuk di sektor informal seperti UKM. Untuk itu, penting bagi pemilik usaha maupun pemangku kepentingan lainnya untuk merancang strategi pencegahan yang sesuai dengan karakteristik organisasi dan latar belakang sosial-budaya pekerjaanya. Menurut Na-Nan et al. (2020), pemahaman mendalam mengenai bentuk-bentuk *CWB* serta penyebabnya merupakan langkah awal yang esensial dalam menyusun langkah pencegahan yang efektif dan kontekstual dalam dunia kerja UKM di Thailand, yang juga sangat relevan bagi konteks Indonesia.

Strategi pencegahan *CWB* tidak dapat bersifat seragam dan generik, melainkan harus mempertimbangkan dinamika kultural, sistem kerja informal, serta karakteristik generasi pekerja seperti Gen Z. Berikut adalah beberapa pendekatan yang dapat diambil, yang dirumuskan berdasarkan sintesis dari berbagai penelitian terkini :

1. Peningkatan Kejelasan Peran dan Tanggung Jawab. Salah satu pemicu utama *CWB* adalah ambiguitas peran yang menimbulkan kebingungan dan konflik

antarpekerja. Organisasi disarankan untuk membuat deskripsi pekerjaan yang jelas dan realistis. Hal ini sejalan dengan temuan Na-Nan et al. (2020) yang menunjukkan bahwa ketidakjelasan peran berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku menyimpang di tempat kerja.

2. Penguatan Komunikasi Interpersonal. Komunikasi yang terbuka dan positif antara pemilik usaha dan pekerja dapat meningkatkan rasa keterlibatan dan kepedulian. Menurut Dongrey dan Rokade (2024), persepsi keadilan organisasi sangat dipengaruhi oleh komunikasi, dan ketika komunikasi buruk terjadi, maka risiko terjadinya *CWB* meningkat.
3. Sistem Penghargaan yang Sederhana dan Adil. Ketiadaan insentif yang proporsional atau ketidakadilan dalam pemberian penghargaan sering kali memicu perilaku tidak produktif. Penerapan sistem apresiasi, bahkan dalam bentuk non-finansial, terbukti menurunkan kecenderungan *CWB* (Na-Nan et al., 2020; Xu et al., 2024).
4. Pelatihan Singkat tentang Etika dan Budaya Kerja. Program pelatihan yang memperkenalkan nilai-nilai kerja positif serta dampak negatif dari *CWB* dapat menjadi langkah awal pencegahan. Pelatihan tersebut juga dapat disesuaikan dengan nilai-nilai lokal, misalnya etos kerja dalam budaya Sunda.
5. Pembangunan Budaya Organisasi yang Seimbang antara Kekeluargaan dan Profesionalisme. UKM di Indonesia, khususnya di wilayah seperti Tasikmalaya, sering kali mengadopsi pola relasi kerja kekeluargaan. Meskipun nilai kekeluargaan dapat memperkuat ikatan emosional, nilai ini perlu diseimbangkan dengan standar profesional agar tidak menimbulkan

toleransi terhadap perilaku menyimpang (Na-Nan et al., 2020; Jiang & Lin, 2024).

6. Peningkatan Kesadaran terhadap Kesejahteraan Psikologis Pekerja. Penelitian oleh Jiang dan Lin (2024) mengungkap bahwa gaya kepemimpinan otoriter dan rendahnya kesejahteraan emosional pekerja dapat memicu *CWB*. Oleh karena itu, perhatian terhadap faktor psikososial, seperti kelelahan, stres, atau kualitas tidur juga penting dalam upaya preventif.
7. Rekrutmen dan Seleksi Berbasis Nilai dan Kesesuaian Budaya. Memastikan kesesuaian nilai antara calon pekerja dengan budaya organisasi dapat mengurangi risiko terjadinya perilaku menyimpang. Penilaian atas orientasi nilai individu terhadap integritas, kerja sama, dan kepatuhan perlu dilakukan sejak awal proses seleksi (Na-Nan et al., 2020).
8. Penerapan Pendekatan Partisipatif dalam Pengambilan Keputusan. Keterlibatan pekerja dalam pengambilan keputusan operasional kecil dapat menumbuhkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab, yang pada akhirnya menekan perilaku kontra-produktif.
9. Monitoring dan Evaluasi Perilaku Pekerja secara Berkala. Dengan melakukan evaluasi perilaku, bukan hanya performa kerja, pelaku usaha dapat mendeteksi indikasi *CWB* sejak dini. Na-Nan et al. (2020) bahkan mengembangkan instrumen khusus untuk mengukur *CWB* di lingkungan UKM.
10. Penegakan Aturan Secara Konsisten dan Adil. Strategi terakhir yang sangat penting adalah penegakan aturan. Ketidaktegasan terhadap pelanggaran kecil

dapat berkembang menjadi toleransi terhadap pelanggaran besar. Oleh karena itu, setiap bentuk *CWB* harus ditindak dengan cara yang konstruktif namun konsisten.

CWB adalah perilaku kompleks yang dipengaruhi oleh faktor individual dan situasional. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman terhadap *CWB* menjadi penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana pekerja Gen Z memaknai tekanan kerja dan ketidakpuasan dalam lingkungan kerja informal Sunda. Penjelajahan makna ini akan digali lebih jauh melalui pendekatan fenomenologi yang memungkinkan peneliti menangkap pengalaman subjektif para partisipan dalam menghadapi dan/atau melakukan tindakan kontra-produktif.

2.1.6 Bentuk-Bentuk Perilaku *CWB*

Dalam upaya memahami dan mengukur perilaku kerja kontra-produktif (*Counterproductive work behaviour* atau *CWB*), penting untuk merujuk pada indikator-indikator yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Na-Nan et al. (2020) mengembangkan sebuah instrumen untuk mengukur *CWB* yang secara khusus disesuaikan dengan konteks usaha kecil dan menengah (UKM). Instrumen ini disusun berdasarkan kajian teoritis dan empirik dari berbagai studi sebelumnya, dan dikembangkan melalui tiga tahap: konstruksi awal, validasi ahli, dan pengujian statistik eksploratori serta konfirmatori.

Penelitian yang dilakukan oleh Na-Nan et al. (2020) bertujuan untuk mengembangkan dan memvalidasi instrumen pengukuran perilaku kerja kontra-produktif (*Counterproductive work behaviour* atau *CWB*) yang relevan dalam konteks karyawan di sektor usaha kecil dan menengah (UKM). Melalui pendekatan

eksploratori dan konfirmatori, Sebelum penyederhanaan dimensi *CWB* oleh Na-Nan et al. (2020), literatur terdahulu telah mengidentifikasi kompleksitas perilaku ini. Misalnya, Gruys & Sackett (2003) melalui studi empirisnya mampu mengekstraksi hingga 11 faktor spesifik dari *CWB*, yang mencakup perilaku seperti pencurian (*theft*), vandalisme, penyalahgunaan waktu dan sumber daya (*misuse of time and resources*), melakukan pekerjaan berkualitas rendah (*performing poor quality work*), hingga komunikasi verbal yang tidak pantas (*improper verbal communication*).

Keragaman ini menegaskan bahwa *CWB* merupakan fenomena multidimensional yang mencakup tindakan merugikan yang luas. mereka berhasil merumuskan bahwa bentuk-bentuk *CWB* dalam lingkungan kerja dapat dikategorikan ke dalam tiga dimensi utama, yaitu: (1) *Poor Behaviour*, (2) *Misuse of Organisational Resources*, dan (3) *Inappropriate Communication*. Ketiga dimensi tersebut diperoleh melalui proses analisis faktor eksploratori (Exploratory Factor Analysis) dan konfirmasi model (Confirmatory Factor Analysis) terhadap 26 indikator perilaku yang telah dinyatakan valid dan reliabel. Setiap dimensi merepresentasikan klasifikasi bentuk perilaku menyimpang yang spesifik dan memiliki karakteristik perilaku yang berbeda. Tabel berikut menunjukkan daftar lengkap indikator *CWB* yang dikembangkan oleh Na-Nan et al. (2020) :

Tabel 2. 1 Daftar Indikator Counterproductive Work Behaviour (*CWB*)

No	Kode	Pernyataan Indikator
1	<i>CWB 1</i>	Saya menghabiskan waktu istirahat dan makan siang lebih lama dari waktu yang ditentukan
2	<i>CWB 2</i>	Saya bekerja secara lambat pada tugas-tugas saya
3	<i>CWB 3</i>	Saya datang terlambat ke tempat kerja
4	<i>CWB 4</i>	Saya menyelesaikan pekerjaan lebih awal dari jam kerja
5	<i>CWB 5</i>	Saya tidak memperhatikan pekerjaan yang diberikan
6	<i>CWB 6</i>	Saya tidak bekerja dengan potensi penuh saya
7	<i>CWB 7</i>	Saya menggunakan media sosial atau permainan komputer untuk urusan pribadi saat bekerja
8	<i>CWB 9</i>	Saya diam-diam keluar saat jam kerja
9	<i>CWB 10</i>	Saya mengurus urusan pribadi secara diam-diam saat bekerja
10	<i>CWB 11</i>	Saya tidak hadir tanpa pemberitahuan sebelumnya
11	<i>CWB 12</i>	Saya mengambil cuti sakit walaupun saya tidak sakit
12	<i>CWB 13</i>	Saya datang bekerja dalam keadaan mabuk
13	<i>CWB 14</i>	Saya membawa peralatan organisasi untuk keperluan pribadi
14	<i>CWB 15</i>	Saya membawa perlengkapan kantor ke rumah
15	<i>CWB 16</i>	Saya menggunakan perlengkapan kantor untuk urusan pribadi
16	<i>CWB 17</i>	Saya menggunakan alat kantor untuk urusan pribadi
17	<i>CWB 18</i>	Saya menggunakan persediaan kantor secara tidak hemat
18	<i>CWB 19</i>	Saya mencuri sumber daya organisasi
19	<i>CWB 20</i>	Saya menutupi kerusakan barang organisasi agar tidak diketahui
20	<i>CWB 21</i>	Saya berbicara sarkastik kepada rekan kerja
21	<i>CWB 22</i>	Saya berbicara sarkastik kepada atasan
22	<i>CWB 23</i>	Saya berbicara tidak sopan kepada rekan kerja
23	<i>CWB 24</i>	Saya berbicara tidak sopan kepada atasan
24	<i>CWB 25</i>	Saya bergosip tentang atasan atau bos
25	<i>CWB 26</i>	Saya bergosip tentang rekan kerja
26	<i>CWB 27</i>	Saya menggunakan telepon kantor untuk urusan pribadi

Sumber : Diadaptasi dari Na-Nan et al. (2020)

Bentuk-bentuk tersebut menunjukkan bahwa *CWB* tidak hanya terbatas pada tindakan fisik atau terbuka, tetapi juga dapat berupa sikap, intensi, dan pengabaian tanggung jawab yang berdampak negatif pada kelangsungan kerja dan hubungan sosial di tempat kerja. Penelitian terdahulu oleh Na-Nan et al. (2020) memperkuat

urgensi memahami perilaku kontra-produktif di kalangan tenaga kerja muda, khususnya Generasi Z. Dalam studi tersebut, ditemukan bahwa berbagai aspek personal dan lingkungan kerja seperti persepsi terhadap kepemimpinan, iklim organisasi, serta konflik nilai memiliki korelasi yang signifikan terhadap peningkatan kecenderungan *CWB*.

Na-Nan et al. juga menyarankan pentingnya mempertimbangkan perbedaan konteks budaya dalam memahami *CWB*, karena faktor budaya mempengaruhi persepsi individu. Smithikrai (2014) dalam studinya di konteks Asia menemukan bahwa nilai-nilai budaya memiliki hubungan signifikan dengan *CWB*, di mana stres kerja sering kali menjadi mediatornya karena faktor budaya mempengaruhi persepsi individu terhadap perilaku menyimpang dan respons organisasi terhadap perilaku tersebut. Temuan ini menjadi landasan penting untuk mengeksplorasi *CWB* di sektor informal yang belum banyak dikaji dalam budaya kerja lokal seperti masyarakat Sunda.

2.2 Generasi Z

2.2.1 Generasi dalam Dunia Kerja

Dalam Generasi Z merupakan kelompok generasi yang lahir sekitar tahun 1997 hingga 2013, dan saat ini telah mulai memasuki dunia kerja secara signifikan. Mereka adalah generasi yang lahir dan besar dalam era digital, sehingga sering disebut sebagai "*digital natives*". Menurut Dimock (2019) dalam Nguyen & Petchsawang (2024), karakteristik utama Generasi Z mencakup kecenderungan untuk multitasking, ketergantungan terhadap teknologi informasi, harapan akan kebebasan dan fleksibilitas dalam bekerja, serta pencarian makna personal dalam

pekerjaan. Generasi ini memiliki orientasi kerja yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, termasuk dalam menyikapi struktur organisasi, sistem hierarki, dan komunikasi di tempat kerja.

Nguyen & Petchsawang (2024) menjelaskan bahwa Generasi Z memiliki orientasi kerja yang sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai keaslian (*authenticity*), partisipasi, dan keberagaman. Mereka menuntut transparansi dan keterlibatan langsung dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi mereka. Selain itu, Generasi Z memiliki sensitivitas tinggi terhadap ketidakadilan, baik dalam bentuk sistem penggajian, pembagian kerja, maupun akses terhadap informasi dan peluang.

2.2.2 Karakteristik Psikososial Generasi Z

Karakteristik psikososial Generasi Z secara umum telah banyak dibahas dalam berbagai literatur, termasuk oleh Dimock (2019) dan Nguyen & Petchsawang (2024), yang menjelaskan bahwa generasi ini memiliki keunikan dalam hal preferensi kerja, nilai personal, serta cara mereka merespons sistem dan struktur organisasi. Mereka lahir dan tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh teknologi, keberagaman, dan keterbukaan informasi. Konteks tersebut membentuk ciri-ciri khas dalam perilaku sosial, kognitif, dan profesional mereka yang sangat berbeda dibandingkan generasi sebelumnya.

Karakteristik psikososial Generasi Z tidak hanya berkaitan dengan gaya hidup digital mereka, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai, preferensi, dan cara mereka berinteraksi dengan lingkungan sosial dan profesional. Karakter ini dibentuk oleh konteks zaman yang penuh dengan disrupsi teknologi, perubahan sosial yang cepat,

serta eksposur terhadap keragaman budaya dan informasi global. Berikut adalah karakteristik utama Generasi Z :

1. *Digital Native*

Generasi Z tumbuh dengan akses konstan terhadap internet, media sosial, dan perangkat teknologi. Mereka memiliki keterampilan tinggi dalam menggunakan teknologi untuk mencari informasi, menyelesaikan tugas, hingga membangun jejaring sosial. Ketergantungan terhadap teknologi menjadikan mereka sangat peka terhadap kecepatan informasi dan visualisasi data. dengan akses konstan terhadap internet, media sosial, dan perangkat teknologi. Mereka memiliki keterampilan tinggi dalam menggunakan teknologi untuk mencari informasi, menyelesaikan tugas, hingga membangun jejaring sosial. Ketergantungan terhadap teknologi menjadikan mereka sangat peka terhadap kecepatan informasi dan visualisasi data.

2. *Multitasker*

Terbiasa menjalankan beberapa aktivitas secara bersamaan, misalnya belajar sambil mendengarkan musik atau bekerja sambil mengakses media sosial (Nguyen & Petchsawang, 2024). Kemampuan multitasking ini membuat mereka efisien dalam beberapa konteks, namun juga rentan terhadap gangguan fokus jika tidak dikelola dengan baik. beberapa aktivitas secara bersamaan, misalnya belajar sambil mendengarkan musik atau bekerja sambil mengakses media sosial. Kemampuan multitasking ini membuat mereka efisien dalam beberapa konteks, namun juga rentan terhadap gangguan fokus jika tidak dikelola dengan baik.

3. Mandiri dan Solutif (*Accessibility*)

Generasi ini cenderung mencari solusi sendiri melalui pencarian digital sebelum meminta bantuan (Nguyen & Petchsawang, 2024). Mereka menunjukkan otonomi tinggi dalam mengelola tugas, namun di sisi lain bisa mengalami kesulitan dalam menerima arahan yang tidak logis atau bersifat otoriter. mencari solusi sendiri melalui pencarian digital sebelum meminta bantuan. Mereka menunjukkan otonomi tinggi dalam mengelola tugas, namun di sisi lain bisa mengalami kesulitan dalam menerima arahan yang tidak logis atau bersifat otoriter.

4. Cepat Bosan dan Mudah Berpindah Minat

Ekspektasi terhadap variasi dan tantangan membuat mereka mudah merasa jenuh jika pekerjaan monoton (Dimock, 2019). Ketidaktertarikan dapat muncul tiba-tiba dan mendorong perilaku disengagement, terutama dalam lingkungan kerja yang tidak dinamis. terhadap variasi dan tantangan membuat mereka mudah merasa jenuh jika pekerjaan monoton. Ketidaktertarikan dapat muncul tiba-tiba dan mendorong perilaku disengagement, terutama dalam lingkungan kerja yang tidak dinamis.

5. Kritis terhadap Otoritas dan Struktural

Generasi Z tidak serta merta menghormati posisi otoritas tanpa alasan rasional (Nguyen & Petchsawang, 2024). Mereka menilai atasan atau sistem berdasarkan kredibilitas, transparansi, dan komunikasi. Oleh karena itu, model kepemimpinan partisipatif dan terbuka lebih disukai. tidak serta merta menghormati posisi otoritas tanpa alasan rasional. Mereka menilai atasan atau

sistem berdasarkan kredibilitas, transparansi, dan komunikasi. Oleh karena itu, model kepemimpinan partisipatif dan terbuka lebih disukai.

6. Berorientasi pada Keseimbangan Hidup (*Work Life Balance*)

Bagi Generasi Z, pekerjaan bukanlah satu-satunya identitas (Dimock, 2019). Mereka menginginkan waktu untuk pengembangan diri, keluarga, dan kegiatan sosial. Mereka menghindari budaya kerja yang menuntut loyalitas berlebihan tanpa imbal balik yang sepadan., pekerjaan bukanlah satu-satunya identitas. Mereka menginginkan waktu untuk pengembangan diri, keluarga, dan kegiatan sosial. Mereka menghindari budaya kerja yang menuntut loyalitas berlebihan tanpa imbal balik yang sepadan.

7. Peduli terhadap Nilai dan Makna Personal

Mereka tidak hanya mencari gaji tinggi, tetapi pekerjaan yang memiliki nilai sosial, selaras dengan prinsip pribadi, dan memungkinkan mereka memberikan dampak (Nguyen & Petchsawang, 2024). Kepuasan kerja bagi Gen Z sering kali dikaitkan dengan perasaan dihargai dan berkontribusi. mencari gaji tinggi, tetapi pekerjaan yang memiliki nilai sosial, selaras dengan prinsip pribadi, dan memungkinkan mereka memberikan dampak. Kepuasan kerja bagi Gen Z sering kali dikaitkan dengan perasaan dihargai dan berkontribusi.

8. Inklusif dan Menghargai Keberagaman

Terbiasa dengan keberagaman budaya, gender, dan identitas sejak dini, Generasi Z menghendaki lingkungan kerja yang inklusif dan anti-diskriminatif (Dimock, 2019). Mereka menilai tinggi nilai keadilan dan

perlakuan setara. dengan keberagaman budaya, gender, dan identitas sejak dini, Generasi Z menghendaki lingkungan kerja yang inklusif dan anti-diskriminatif. Mereka menilai tinggi nilai keadilan dan perlakuan setara.

9. Terbuka terhadap Perubahan

Generasi Z relatif adaptif terhadap perubahan, terutama perubahan berbasis teknologi (Nguyen & Petchsawang, 2024). Namun, perubahan yang tidak dijelaskan dengan baik atau tidak adil tetap dapat memicu resistensi. relatif adaptif terhadap perubahan, terutama perubahan berbasis teknologi. Namun, perubahan yang tidak dijelaskan dengan baik atau tidak adil tetap dapat memicu resistensi.

Karakteristik-karakteristik di atas membentuk ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas lingkungan kerja. Seperti yang dijelaskan oleh Dimock (2019), Generasi Z tidak hanya mengharapkan penghasilan yang layak, tetapi juga menginginkan tempat kerja yang mampu memberikan rasa dihargai, ruang untuk tumbuh, kebebasan berekspresi, dan kejelasan peran. Sementara itu, Nguyen dan Petchsawang (2024) menekankan bahwa nilai keaslian, keadilan, dan fleksibilitas sangat memengaruhi cara Generasi Z menilai lingkungan kerja mereka. Ketika ekspektasi tersebut tidak terpenuhi, kecenderungan mereka untuk merasa terasing dan bereaksi melalui perilaku kontra-produktif meningkat secara signifikan. yang tinggi terhadap kualitas lingkungan kerja. Mereka tidak hanya mengharapkan penghasilan yang layak, tetapi juga menginginkan tempat kerja yang mampu memberikan rasa dihargai, ruang untuk tumbuh, kebebasan berekspresi, dan kejelasan peran. yang tinggi terhadap kualitas lingkungan kerja. Mereka tidak

hanya mengharapkan penghasilan yang layak, tetapi juga menginginkan tempat kerja yang mampu memberikan rasa dihargai, relevansi pribadi, dan ruang untuk berkembang.

2.2.3 Orientasi Kerja dan Perilaku Gen Z dalam Bekerja

Nguyen dan Petchsawang (2024) menjelaskan bahwa orientasi kerja Generasi Z sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai keaslian, partisipasi, dan ekspektasi akan fleksibilitas dalam hubungan kerja. Generasi ini cenderung menempatkan pentingnya makna kerja dan pengalaman kerja yang selaras dengan identitas pribadi, serta mendorong lingkungan kerja yang mendukung keterbukaan, kesetaraan, dan keadilan.

Orientasi kerja Generasi Z didasarkan pada nilai-nilai fleksibilitas, makna personal, dan keterbukaan terhadap perubahan. Mereka memandang pekerjaan bukan sekadar kewajiban, melainkan sebagai wahana untuk pengembangan diri dan ekspresi identitas. Dalam organisasi, Generasi Z lebih menyukai pendekatan kolaboratif, horizontal, dan dinamis, yang memungkinkan mereka terlibat dalam proses pengambilan keputusan dan merasa memiliki terhadap hasil kerja, mereka cenderung:

1. Mengharapkan *feedback* yang cepat, jujur, dan bersifat membangun sebagai bagian dari proses belajar dan pertumbuhan karier.
2. Menilai struktur organisasi yang terlalu hierarkis sebagai penghambat kreativitas dan kolaborasi.
3. Merespons positif terhadap pemimpin yang komunikatif, terbuka terhadap masukan, dan memberi ruang untuk bereksperimen.

4. Memiliki sensitivitas tinggi terhadap kesenjangan antara nilai organisasi dan praktik nyata di lapangan.
5. Mengutamakan keselarasan antara nilai pribadi dan misi organisasi.

Dalam praktiknya, nilai-nilai ini bisa bertabrakan dengan budaya kerja tradisional yang mengedepankan senioritas, kepatuhan mutlak, dan loyalitas tanpa syarat. Ketika lingkungan kerja tidak memenuhi ekspektasi tersebut, Generasi Z tidak serta-merta mengundurkan diri, melainkan dapat menunjukkan bentuk penolakan pasif seperti keterlibatan kerja yang rendah (*disengagement*), ketidakhadiran yang meningkat, atau bahkan *CWB* dalam bentuk bekerja asal-asalan, menunda tugas, atau menghindari pelanggan.

Dengan demikian, penting bagi organisasi, terutama di sektor informal, untuk menyesuaikan pendekatan manajerial dengan dinamika orientasi kerja generasi ini, agar dapat meminimalisasi resistensi dan meningkatkan keterlibatan kerja. dengan budaya kerja tradisional yang lebih menekankan pada kepatuhan, kesabaran, dan loyalitas tanpa syarat. Ketika ekspektasi mereka tidak terpenuhi, Generasi Z cenderung menunjukkan respons yang pasif-agresif seperti keterlibatan rendah (*disengagement*), ketidakhadiran, atau bahkan *CWB* dalam bentuk mengabaikan pelanggan dan melakukan tugas secara asal-asalan.

2.2.4 Tantangan Integrasi Generasi Z dalam Dunia Kerja Informal

Nguyen dan Petchsawang (2024) menyatakan bahwa dalam konteks sektor informal, ekspektasi kerja Generasi Z sering kali bertentangan dengan struktur kerja tradisional yang tidak fleksibel dan minim komunikasi dua arah. Dalam sektor informal seperti UKM di pasar tradisional, integrasi Generasi Z menghadapi

sejumlah tantangan struktural dan kultural yang cukup kompleks. Sektor informal ditandai dengan sistem kerja yang longgar, struktur organisasi yang minim, serta relasi kerja yang lebih bersifat kekeluargaan daripada profesional. Hal ini menciptakan kondisi kerja yang cenderung tidak terstandar dan tidak memiliki sistem umpan balik, penilaian kinerja, atau ruang pengembangan karier yang jelas.

Sementara itu, Generasi Z membawa ekspektasi terhadap transparansi, keadilan prosedural, komunikasi dua arah, dan fleksibilitas kerja yang besar. Ketika mereka memasuki lingkungan kerja informal yang bersifat konvensional dan konservatif, sering terjadi benturan nilai yang dapat memicu ketidakpuasan. Contohnya, Gen Z mengharapkan kejelasan tugas dan hasil kerja, sedangkan di banyak UKM hal tersebut hanya disampaikan secara lisan dan bersifat situasional.

Konflik juga dapat muncul dari perbedaan persepsi terhadap kepatuhan. Bagi pelaku usaha senior, kepatuhan dan loyalitas mutlak dianggap sebagai dasar profesionalisme. Namun bagi Generasi Z, tanpa adanya pemahaman bersama, penghargaan terhadap kontribusi individu, serta keadilan dalam pembagian kerja, nilai-nilai tersebut dianggap tidak relevan. Ketimpangan inilah yang dapat menimbulkan resistensi dalam bentuk disengagement, pasif-agresif, atau bahkan perilaku *CWB* seperti datang terlambat, menghindari pelanggan, atau menolak instruksi secara diam-diam.

Di sisi lain, tidak semua pelaku UKM siap atau mampu mengadaptasi pendekatan manajerial modern, baik karena keterbatasan sumber daya maupun karena tidak adanya sistem pelatihan formal. Hal ini memperlebar kesenjangan antara ekspektasi pekerja muda dan realitas kerja di lapangan. Oleh karena itu,

tantangan integrasi Generasi Z tidak hanya menuntut perubahan dari pihak pekerja, tetapi juga dari pelaku usaha sebagai pemberi kerja. Pendekatan adaptif yang dapat diambil meliputi pemberian peran yang lebih jelas, ruang diskusi dua arah, serta penguatan komunikasi yang menghargai nilai generasi muda tanpa meninggalkan kearifan lokal. Kesiapan untuk bernegosiasi terhadap ekspektasi generasi muda akan sangat menentukan apakah mereka bisa bertahan dalam lingkungan kerja tersebut, atau justru mengekspresikan ketidakpuasan melalui perilaku kontra-produktif.

2.3 Sektor Formal dan Informal

2.3.1 Sektor Formal

Sektor formal adalah bagian dari perekonomian yang kegiatan usahanya terorganisasi, terdaftar, dan diatur oleh ketentuan hukum serta ketenagakerjaan. Pekerja di sektor formal umumnya memiliki status sebagai buruh, karyawan, atau pegawai dengan perlindungan hukum, kontrak kerja, pengaturan jam kerja, dan jaminan sosial.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2025), pekerja yang tergolong sektor formal adalah mereka yang bekerja dengan status: berusaha dibantu buruh tetap dan dibayar, serta buruh/karyawan/pegawai. Sektor formal juga lebih mudah diakses oleh kebijakan pemerintah, termasuk upah minimum, program jaminan sosial, serta perlindungan ketenagakerjaan yang diatur dalam Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.

2.3.2 Sektor Informal

Sektor informal merupakan bagian dari perekonomian yang ditandai oleh fleksibilitas tinggi, skala usaha kecil, serta minim perlindungan hukum. Usaha sektor informal umumnya tidak memiliki legalitas formal, izin usaha, maupun pencatatan administrasi yang lengkap.

Menurut definisi BPS (2025), pekerja sektor informal adalah mereka yang bekerja dengan status: berusaha sendiri, berusaha dibantu buruh tidak tetap atau pekerja keluarga, pekerja bebas (freelance), dan pekerja keluarga/tidak dibayar. Selain itu, Kompas (2021) menegaskan bahwa sektor informal mencakup pekerja jalanan, pedagang kecil, dan pekerja keluarga yang tidak memiliki jaminan sosial maupun kontrak kerja formal.

Dalam UU No. 25 Tahun 1997, usaha sektor informal didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau keluarga tanpa berbadan hukum dan sering kali berada di luar jangkauan peraturan ketenagakerjaan.

Perbedaan Utama Sektor Formal dan Informal

Perlindungan hukum dan sosial: pekerja formal memiliki kontrak, jaminan sosial, dan aturan upah minimum; sedangkan informal umumnya tidak terlindungi. Keteraturan usaha: formal cenderung terdaftar dan terstruktur, sementara informal fleksibel dan sering tidak tercatat. Akses kebijakan pemerintah: formal lebih mudah mendapat program bantuan, sementara informal sering kali terpinggirkan (BPS, 2025).

2.4 UKM dalam Konteks Sektor Informal

Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM, 2023), UKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB dan menyerap sekitar 97% total tenaga kerja nasional. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, UKM diklasifikasikan ke dalam dua kelompok berdasarkan jumlah aset dan omzet tahunan: usaha kecil dan usaha menengah. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimal Rp50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dengan omzet tahunan maksimal Rp300 juta. UKM mencakup berbagai sektor mulai dari perdagangan, jasa, pertanian, hingga manufaktur, dan secara kolektif menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Kemenkop UKM, 2023). Usaha Kecil (UKM) didefinisikan sebagai entitas usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan tidak terafiliasi secara langsung atau tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar, yang mana klasifikasi ini paling kecil ditentukan oleh ambang batas Kekayaan Bersih (tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha) yaitu melebihi lima puluh juta rupiah Rp50.000.000,00 hingga maksimal lima ratus juta rupiah Rp500.000.000,00 sesuai dengan ketentuan yang termuat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kriteria ini membedakannya dari Usaha Mikro yang berada pada batas kekayaan bersih kurang dari atau sama dengan lima puluh juta rupiah.

Ciri khas UKM di sektor informal antara lain adalah struktur manajemen yang sederhana, dominasi kepemilikan perorangan atau keluarga, sistem kerja fleksibel, serta minimnya penggunaan teknologi dan pencatatan formal. Seperti dikemukakan oleh Mehta dan Sharma (2023), sebagian besar UKM di negara berkembang menghadapi tantangan struktural seperti keterbatasan akses permodalan, lemahnya sistem pelaporan keuangan, rendahnya kapasitas SDM, dan keterbatasan dalam penerapan prinsip manajemen modern.

UKM juga memiliki keunggulan dalam hal adaptabilitas dan kedekatan dengan komunitas lokal. Karena berskala kecil, pengambilan keputusan biasanya lebih cepat dan hubungan antar pelaku usaha cenderung bersifat personal. Namun, sifat informal ini juga membawa risiko seperti ketiadaan standar kerja baku, lemahnya perlindungan ketenagakerjaan, dan tingginya ketergantungan pada hubungan non-formal.

Selain itu, UKM di Indonesia berperan besar dalam penciptaan lapangan kerja. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM, 2023) menunjukkan bahwa sekitar 97% tenaga kerja nasional diserap oleh sektor UKM. Ini menjadikan UKM sebagai medan yang sangat penting dalam mengkaji berbagai fenomena ketenagakerjaan, termasuk dinamika perilaku kerja, loyalitas, dan produktivitas. Dengan memahami secara komprehensif karakteristik dan struktur internal UKM, penelitian ini dapat menempatkan konteks sektor informal secara lebih akurat sebelum menganalisis kaitannya dengan perilaku kerja generasi muda. memegang peranan strategis dalam struktur ekonomi Indonesia, terutama di sektor informal. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008

tentang UKM, usaha mikro adalah kegiatan ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu terkait aset dan omzet. Di Indonesia, UKM tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi lokal tetapi juga sebagai penyerap tenaga kerja terbesar, khususnya di wilayah seperti pasar tradisional. UKM di sektor informal memiliki karakteristik unik: struktur organisasi yang longgar, sistem kerja yang tidak terdokumentasi, dan hubungan kerja yang berbasis kekeluargaan. Ciri ini memberikan fleksibilitas dan kedekatan antar pelaku usaha, namun juga memunculkan tantangan dalam hal standarisasi operasional, pengawasan, dan manajemen sumber daya manusia. Seperti yang diungkap oleh Mehta dan Sharma (2023), sektor informal sering kali menghadapi keterbatasan dalam adopsi praktik manajemen modern, termasuk dalam hal evaluasi kinerja dan pengelolaan perilaku kerja karyawan. Dalam konteks penelitian ini, UKM—khususnya kios di pasar Ciawi Tasikmalaya—menjadi latar yang krusial untuk memahami dinamika *Counterproductive Work Behaviour* (*CWB*) di antara pekerja Generasi Z. Karakteristik informalitas UKM memungkinkan terjadinya pelanggaran nilai kerja yang tidak terdeteksi secara sistematis. Selain itu, kurangnya sistem kontrol formal dapat memperbesar peluang munculnya *CWB*, baik dalam bentuk penghindaran kerja, komunikasi yang tidak efektif, maupun pelanggaran etika kerja.

Lebih lanjut, aspek budaya lokal dan hubungan kekeluargaan dalam UKM juga memengaruhi pengelolaan perilaku kerja. Seperti dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya, pendekatan yang terlalu informal dapat memperlemah struktur akuntabilitas dan menciptakan ruang abu-abu dalam pengambilan

keputusan. Hal ini menyulitkan pemilik usaha untuk menetapkan standar perilaku yang konsisten dan adil bagi seluruh pekerja. Dalam kajian akademik, keberadaan UKM sebagai unit studi penting dalam penelitian manajemen perilaku kerja telah diangkat oleh berbagai peneliti, termasuk Na-Nan et al. (2020), yang menyoroti tingginya intensitas *CWB* di lingkungan usaha kecil karena kurangnya sistem formal dan tingginya tekanan kerja. Oleh karena itu, memahami dinamika kerja di sektor UKM tidak hanya penting untuk mengatasi tantangan perilaku menyimpang, tetapi juga sebagai dasar untuk merancang pendekatan manajerial yang adaptif, kontekstual, dan berkelanjutan.

Pemilik kios di pasar tradisional, yang umumnya beroperasi sebagai Usaha Kecil, menghadapi tantangan struktural dan operasional yang signifikan, yang seringkali menghalangi kemampuan mereka untuk memberikan jaminan BPJS secara komprehensif, meskipun secara hukum mereka memiliki kewajiban minimal. Tantangan utama bersumber dari karakteristik finansial mereka: UKM pasar tradisional memiliki arus kas harian yang sangat fluktuatif dan margin keuntungan yang tipis, sehingga kewajiban untuk membayar iuran jaminan sosial secara rutin dan tetap dianggap sebagai beban biaya tetap yang sulit diprediksi dan dipertahankan konsistensinya. Dalam kondisi di mana manajemen keuangan berorientasi pada kepastian *survival* operasional harian, alokasi dana untuk jaminan sosial komprehensif (seperti Jaminan Hari Tua atau Jaminan Pensiun) sering tergeser oleh kebutuhan mendesak untuk membeli stok, membayar sewa kios, atau memenuhi biaya operasional primer lainnya.

Selain kendala finansial, sifat hubungan kerja yang cenderung informal dan temporer turut mempersulit kepatuhan program jaminan sosial. Tingkat pergantian karyawan (*turnover*) yang tinggi atau pemanfaatan tenaga kerja paruh waktu/musiman menyulitkan pemilik kios untuk mengelola administrasi, pendaftaran, dan kelangsungan pembayaran iuran BPJS secara teratur bagi setiap individu. Hambatan ini diperparah oleh minimnya kesadaran dan literasi finansial/hukum di kalangan sebagian pelaku usaha kecil mengenai kewajiban regulasi (seperti Perpres No. 109/2013) dan manfaat jangka panjang dari jaminan sosial. Akibatnya, inisiatif kepesertaan seringkali terhenti hanya pada pemenuhan program dasar (JKK dan JKM) atau bahkan terabaikan, mencerminkan dilema antara pemenuhan kewajiban sosial dan tantangan mempertahankan keberlanjutan bisnis harian.

2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian

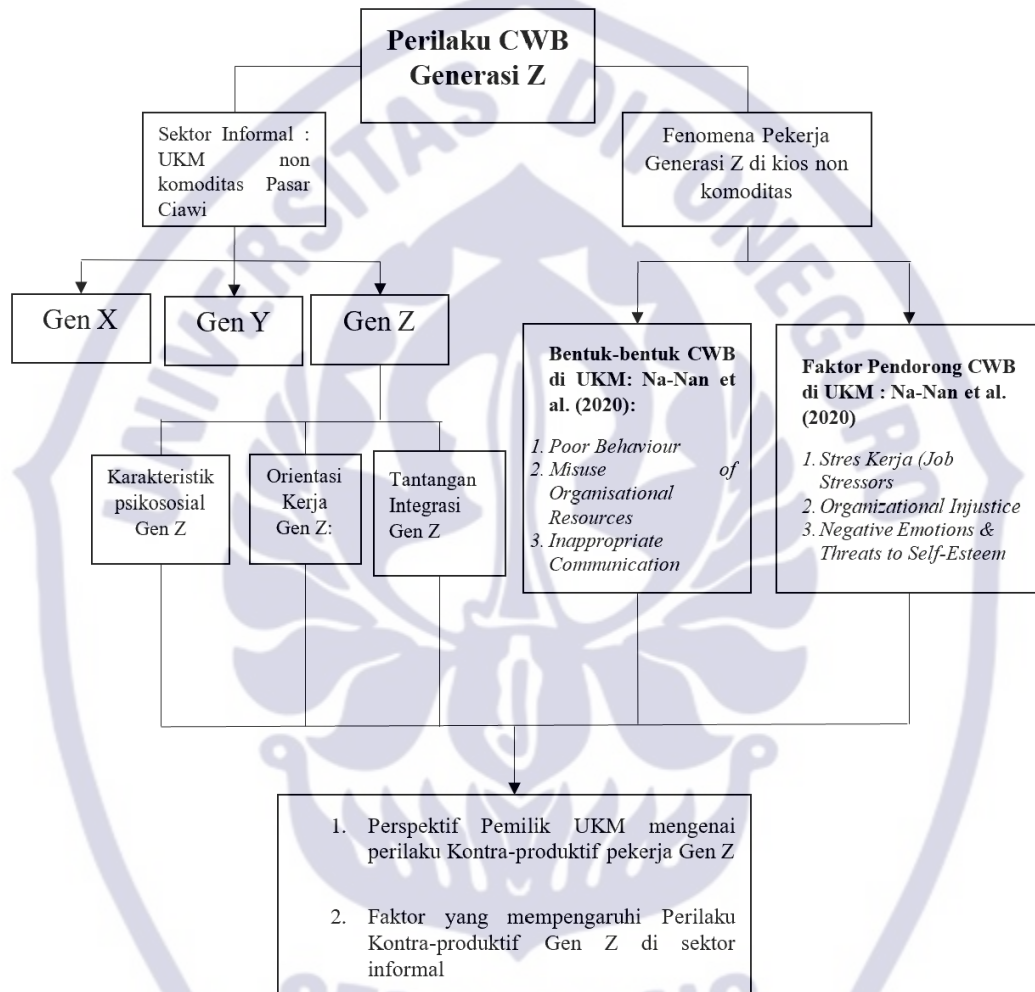
Dalam merancang penelitian ini, kerangka pemikiran disusun untuk memperjelas alur logis antara fenomena yang diamati, teori yang digunakan, serta tujuan yang ingin dicapai melalui pendekatan fenomenologi interpretatif. Penelitian ini berangkat dari kegelisahan terhadap meningkatnya perilaku kontra-produktif (*Counterproductive Work Behaviour/CWB*) di kalangan pekerja Generasi Z di sektor informal, khususnya di lingkungan pasar tradisional yang sarat nilai-nilai sosial yang berkembang di komunitas tersebut. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan ketidaksesuaian antara karakteristik generasi muda dengan sistem

kerja non-formal, tetapi juga memperlihatkan adanya ketegangan nilai antara ekspektasi modern dan norma-norma kerja tradisional.

Kerangka pemikiran dalam studi ini dibangun berdasarkan integrasi antara teori-teori psikologis yang menjelaskan asal-usul *CWB*, karakteristik khas Generasi Z dalam dunia kerja, serta konteks sosial yang mendasari tempat penelitian. Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini tidak bertujuan mengukur seberapa besar *CWB* terjadi, melainkan ingin menggali secara mendalam bagaimana makna atas perilaku tersebut dikonstruksi oleh para pemilik kios, serta faktor-faktor sosial apa saja yang memengaruhi kemunculannya dalam konteks kerja informal yang kompleks dan berbasis relasi personal.



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Sumber : di olah peneliti 2025

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan desain dan prosedur penelitian yang digunakan dalam studi mengenai perilaku kerja kontra-produktif pada pekerja Generasi Z di sektor informal (Pasar Tradisional Ciawi, Tasikmalaya). Uraian mencakup pendekatan dan alasan pemilihan metode, paradigma penelitian, lokasi dan waktu pelaksanaan, subjek serta teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data, uji keabsahan data, prosedur etika penelitian, serta keterbatasan metodologi yang dihadapi. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi fenomenologi, sesuai dengan tujuan untuk memahami pengalaman dan makna di balik fenomena perilaku kontra-produktif secara mendalam.

3.1 Pendekatan Penelitian dan Alasan Pemilihannya

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi fenomenologi. Pendekatan fenomenologi bertujuan untuk memahami makna pengalaman subjektif yang dialami oleh individu dalam konteks kehidupannya. Menurut Creswell (2018), fenomenologi merupakan pendekatan yang berupaya menggali esensi dari pengalaman seseorang terhadap suatu fenomena tertentu melalui pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan reflektif.

Dalam konteks penelitian ini, fenomenologi digunakan untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana pekerja Generasi Z di lingkungan pasar tradisional khususnya di UKM sektor informal mengalami, memahami, dan

memberikan makna terhadap perilaku kerja kontra-produktif (*CWB*). Peneliti tidak sekadar mengamati perilaku, tetapi juga menggali alasan-alasan personal dan kultural yang melatarbelakangi tindakan tersebut. Creswell (2018) menekankan bahwa dalam studi fenomenologi, peneliti harus mengesampingkan asumsi pribadi melalui proses *epoché* atau *bracketing*, agar pemaknaan terhadap pengalaman partisipan tidak tercampur dengan interpretasi subjektif peneliti.

Untuk memperkaya analisis, pendekatan ini diperluas dengan menggunakan delapan domain utama fenomenologi seperti yang diuraikan oleh Larsen (2023), yaitu:

1. *Lifeworld (Lebenswelt)*

Dunia kehidupan sehari-hari partisipan yang membentuk cara mereka memahami fenomena.

2. *Intentionality*

Hubungan kesadaran dengan objek atau pengalaman yang dialami.

3. *Meaning and Sense-making*

Proses subjektif dalam membentuk makna dari pengalaman.

4. *Intersubjectivity*

Pemahaman yang dibangun melalui interaksi sosial antarindividu.

5. *Temporality*

Dimensi waktu yang membingkai pengalaman masa lalu, kini, dan masa depan.

6. *Embodiment*

Keterhubungan pengalaman manusia dengan tubuh dan emosi.

7. *Selfhood*

Kesadaran diri individu dalam membentuk identitas dan persepsi terhadap dunia.

8. *Spatiality*

Ruang dan tempat sebagai elemen yang membentuk pengalaman

Dalam konteks Pasar Ciawi di Tasikmalaya, domain-domain ini menjadi sangat relevan. Misalnya, nilai-nilai sosial yang berlaku di komunitas pasar memengaruhi interaksi kerja (*intersubjectivity*) dan makna yang diberikan oleh partisipan terhadap aturan kerja (*meaning and sense-making*). Demikian pula, keberadaan fisik dalam lingkungan kerja pasar (*embodiment*) dan kondisi ruang pasar (*spatiality*) turut membentuk pengalaman kerja yang khas. Dengan demikian, pendekatan fenomenologi tidak hanya menjelaskan fenomena berdasarkan apa yang terlihat, tetapi juga menggali dinamika tersembunyi dalam persepsi, emosi, dan makna yang dibentuk oleh pekerja muda di sektor informal. Pendekatan ini memfasilitasi pemahaman yang lebih kaya terhadap *CWB* sebagai produk interaksi antara identitas generasi, nilai-nilai sosial lokal, dan kondisi kerja yang unik.

Menurut Creswell (2023), penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap penting oleh individu atau kelompok terhadap suatu masalah sosial atau manusia. Proses penelitian kualitatif melibatkan pertanyaan dan prosedur yang berkembang, pengumpulan data di lapangan (*setting alami*) yang memungkinkan peneliti berinteraksi langsung dengan partisipan, analisis data bersifat induktif dari data spesifik ke tema umum, serta peneliti membuat interpretasi makna dari data yang terkumpul. Melalui

pendekatan ini, peneliti dapat menangkap kompleksitas situasi di Pasar Ciawi dan sudut pandang pemilik kios mengenai perilaku kerja pekerja Generasi Z.

Dalam ranah penelitian kualitatif, studi ini menerapkan metode fenomenologi. Metode fenomenologi dipilih karena sesuai untuk tujuan penelitian yakni memahami esensi pengalaman para pemilik kios terhadap perilaku kontra-produktif pekerja Generasi Z dalam konteks keseharian mereka. Creswell (2023) mendeskripsikan penelitian fenomenologis sebagai desain inkuiri yang berasal dari filsafat dan psikologi, di mana peneliti berusaha mendeskripsikan pengalaman hidup beberapa individu mengenai suatu fenomena berdasarkan cerita atau penuturan partisipan. Hasil akhir dari pendekatan ini adalah deskripsi esensi dari pengalaman sekelompok orang yang telah mengalami fenomena tersebut. Dengan kata lain, fenomenologi berupaya menangkap inti makna dari fenomena (dalam hal ini perilaku kerja kontra-produktif) sebagaimana dialami bersama oleh para partisipan penelitian. Pendekatan ini tepat dipilih karena perilaku kontra-produktif diyakini dipengaruhi oleh persepsi, pengalaman, dan konteks unik para pekerja Generasi Z, sehingga pemahaman mendalam atas lived experience pemilik kios yang menghadapi hal tersebut sangat penting. Melalui fenomenologi, penelitian ini dapat mengungkap motif, perasaan, dan pemaknaan subjek atas perilaku kontra-produktif yang mungkin tidak terjangkau oleh pendekatan kuantitatif.

Secara praktis, alasan pemilihan metode kualitatif fenomenologis ini juga didasarkan pada kesenjangan pengetahuan bahwa fenomena perilaku kontra-produktif di sektor informal khususnya pada generasi muda belum banyak diteliti secara mendalam. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk beradaptasi

dengan dinamika lapangan dan memperoleh data yang kaya langsung dari narasumber. Selain itu, metode fenomenologi menekankan pentingnya bracketing (penundaan prasangka) sehingga peneliti dapat mengurangi bias dan fokus pada pengalaman partisipan. Dengan demikian, rancangan ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang kontekstual, detail, dan memberikan wawasan baru mengenai perilaku kontra-produktif Generasi Z di Pasar Tradisional Ciawi dari perspektif pemilik kios.

3.2 Paradigma Penelitian

Penelitian kualitatif ini berlandaskan paradigma konstruktivis-interpretif. Paradigma konstruktivis memandang realitas sosial bersifat jamak dan dibentuk oleh interaksi antara individu dengan lingkungan sosial-budayanya. Peneliti berusaha memahami fenomena melalui sudut pandang partisipan, dengan menyadari bahwa makna peristiwa dikonstruksi oleh manusia dalam konteks yang spesifik. Creswell, (2023) menjelaskan bahwa dalam paradigma konstruktivisme, peneliti fokus pada proses interaksi di antara individu serta latar belakang historis dan budaya yang melingkupi mereka. Interpretasi peneliti sendiri turut dipengaruhi oleh latar belakang pengalamannya, sehingga peneliti memposisikan diri dalam penelitian untuk mengakui bahwa interpretasi yang dibuat akan dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, budaya, dan historis. Alih-alih memulai dengan teori dan hipotesis yang kaku, pendekatan ini membangun makna secara induktif dari data empiris di lapangan.

Paradigma interpretif berarti bahwa penelitian ini berusaha menafsirkan fenomena berdasarkan perspektif subjek penelitian. Realitas dianggap subyektif: setiap pekerja Generasi Z mungkin memiliki pemaknaan berbeda tentang perilaku kerja kontra-produktif yang mereka lakukan atau saksikan. Oleh karena itu, tugas peneliti adalah memahami subjective meaning tersebut dengan cara mendengarkan narasi partisipan dan menginterpretasikannya dalam kerangka ilmiah. Paradigma ini sesuai dengan pendekatan fenomenologi yang berakar pada filsafat fenomenologis (Husserl, Heidegger) di mana pengalaman subyektif dan kesadaran individu menjadi sumber data utama.

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi asumsi-asumsi filosofis kualitatif sebagai berikut: secara ontologis, realitas yang dikaji adalah plural dan bergantung pada konstruksi sosial (setiap partisipan memiliki realitasnya sendiri mengenai perilaku kontra-produktif); secara epistemologis, pengetahuan diperoleh melalui hubungan subyek-obyek yang erat, di mana peneliti turut terlibat langsung di lapangan untuk memperoleh pemahaman; secara aksiologis, peneliti menyadari nilai-nilai dan bias diri namun berupaya mereduksinya melalui bracketing; dan secara metodologis, penelitian ini bersifat induktif, fleksibel, dan emergent (desain bisa berkembang sesuai temuan di lapangan). Paradigma konstruktivis-interpretif ini memastikan bahwa penelitian difokuskan untuk menafsirkan makna dari sudut pandang partisipan, selaras dengan tujuan fenomenologi yang hendak mengungkap esensi pengalaman partisipan tanpa mengunggulkan satu realitas “benar” tunggal.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ditetapkan di Pasar Tradisional Ciawi, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat. Pasar Ciawi dipilih karena merupakan representasi sektor informal yang menjadi tempat banyak Generasi Z bekerja, sehingga sesuai dengan fokus penelitian. Pasar tradisional ini dikenal sebagai salah satu pasar terbesar di Kabupaten Tasikmalaya, berfungsi sebagai pusat perdagangan dan distribusi barang bagi masyarakat di beberapa kecamatan sekitarnya. Sebagai pasar yang telah berdiri sejak tahun 1992, Pasar Ciawi memiliki karakteristik lingkungan kerja informal yang kaya interaksi sosial dan beragam bentuk perilaku kerja, termasuk potensi munculnya perilaku kontra-produktif. Konteks ini memberikan latar yang kontekstual dan relevan untuk mengkaji bagaimana pekerja muda memaknai perilaku kontra-produktif mereka dalam dinamika pasar tradisional.

Waktu penelitian berlangsung selama rentang Desember 2024 hingga November 2025. Periode ini mencakup tahap persiapan, pengumpulan data di lapangan, hingga verifikasi data. Pengumpulan data inti dilakukan sekitar bulan Oktober sampai November 2025 ketika peneliti melakukan wawancara dan observasi intensif di Pasar Ciawi. Rentang waktu tersebut dipilih agar peneliti memiliki cukup kesempatan melakukan *prolonged engagement* (keterlibatan waktu yang cukup lama) di lapangan sehingga dapat membangun kepercayaan dengan partisipan dan memahami pola perilaku mereka secara lebih utuh. Selain itu, waktu penelitian disesuaikan dengan kesediaan dan jadwal para informan (pekerja pasar) agar tidak mengganggu aktivitas ekonomi harian di pasar. Secara administratif, sebelum terjun ke lapangan, peneliti juga mengurus perizinan kepada pengelola

pasar tradisional dan aparat setempat. Hal ini memastikan kegiatan penelitian dapat diterima oleh komunitas pasar dan menciptakan suasana kondusif selama proses pengumpulan data. Dengan lokasi dan waktu penelitian yang telah ditentukan tersebut, diharapkan data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi nyata dan *up to date* mengenai perilaku kerja Generasi Z di Pasar Tradisional Ciawi.

3.3.1 Subjek Penelitian dan Teknik Penentuan Informan

Subjek penelitian dalam studi kualitatif ini adalah para pemilik Kios non-komoditas yang memakai sistem kode barang dan pekerja generasi Z yang terlibat di kios non-komoditas yang berada di Pasar Tradisional Ciawi, Tasikmalaya.

1. Kriteria Informan Pemilik Kios

Adapun kriteria pemilik kios yang menjadi subjek penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Pemilik kios non-komoditas (seperti kios pakaian, kios sepatu, sandal, kain, dll.) di Pasar Tradisional Ciawi.
- 2) Memiliki pekerja Generasi Z (individu yang lahir antara tahun 1997–2012) di kios mereka.
- 3) Memiliki pengalaman atau pernah menyaksikan perilaku kontra-produktif (*CWB*) yang dilakukan oleh pekerja Generasi Z di kios mereka.

2. Kriteria Informan Pekerja Generasi Z

Adapun kriteria pekerja generasi Z yang menjadi subjek penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Berjenis kelamin perempuan atau laki-laki.
- 2) Bekerja di kios non-komoditas di Pasar Tradisional Ciawi.

- 3) Lahir antara tahun 1997–2012 (sesuai definisi Generasi Z).
- 4) Memiliki masa kerja minimal 1 tahun di kios yang sama.
- 5) Memiliki pengalaman atau terlibat dalam perilaku kontra-produktif di tempat kerja, atau pernah menyaksikan perilaku tersebut.

Teknik penentuan informan dilakukan secara purposive sampling (sampel bertujuan). Artinya, peneliti secara sengaja memilih individu-individu yang dipandang paling mengetahui dan mengalami fenomena perilaku kontra-produktif yang menjadi fokus studi. Dalam penelitian kualitatif, memang lazim digunakan teknik sampling bertujuan untuk memilih partisipan atau lokasi yang paling membantu peneliti memahami masalah dan pertanyaan penelitian. Penentuan informan dibantu oleh gatekeeper di lapangan, misalnya tokoh pengelola pasar atau pedagang senior, yang memberikan rekomendasi pemilik kios dan pekerja Gen Z mana saja yang cocok diwawancarai. Selain itu, peneliti juga menggunakan strategi snowball sampling secara terbatas – setelah wawancara, peneliti menanyakan kepada informan awal apakah mereka dapat merekomendasikan orang lain yang memenuhi kriteria dan bersedia berbagi pengalaman. Teknik snowball ini membantu menjangkau informan kunci lain yang mungkin sulit diakses secara langsung.

Jumlah informan dalam studi fenomenologi umumnya relatif kecil namun mendalam. Jumlah partisipan tidak ditentukan secara kaku di awal, melainkan disesuaikan hingga terpenuhinya kejenuhan data (data saturation). Creswell (2023) menyarankan bahwa penelitian fenomenologi melibatkan sekitar 3–10 orang partisipan, sejalan dengan rekomendasi para ahli sebelumnya seperti Polkinghorne

(1989) yang menganjurkan 5–10 partisipan homogen dalam studi fenomenologis. Dalam praktiknya, penelitian ini melibatkan 5 informan utama (pemilik kios) dan akan ditambah dengan wawancara kepada pekerja Gen Z, yang jumlahnya dianggap memadai karena setelah wawancara ke-4 dan ke-5 informasi yang diperoleh mulai mengulang pola yang sama (menandakan data telah jenuh). Komposisi informan memperhatikan keragaman peran di pasar (misal: pedagang kios pakaian, pedagang kios sepatu, pedagang kios kain, karyawan toko, dll.) dan jenis kelamin, untuk memperoleh perspektif yang beragam. Meskipun sampel kecil, dipastikan bahwa setiap informan relevan dengan fenomena dan mampu memberikan kedalaman data yang diinginkan. Sebelum wawancara dimulai, setiap calon informan dihubungi dan diberi penjelasan umum tentang maksud penelitian. Hanya mereka yang menyatakan bersedia dan memenuhi kriteria yang dijadikan informan. Melalui pendekatan purposif ini, penelitian dapat menetapkan batasan studi dengan jelas (dari segi setting lokasi yaitu Pasar Ciawi, aktor yaitu pemilik kios dan pekerja Gen Z, event yaitu perilaku kerja sehari-hari mereka, dan proses yaitu interaksi kerja yang berlangsung). Dengan demikian, partisipan yang terpilih diharapkan mampu memberikan informasi mendalam dan detail mengenai perilaku kerja kontra-produktif yang dialami atau disaksikan, sesuai tujuan penelitian fenomenologis.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan satu teknik utama, yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*), yang merupakan pendekatan utama dalam studi fenomenologi. Wawancara digunakan untuk memperoleh

deskripsi pengalaman subjektif para informan, yaitu pemilik kios non-komoditas di Pasar Ciawi, Tasikmalaya, dalam menyaksikan dan menilai perilaku kontra-produktif yang dilakukan oleh pekerja Generasi Z. Selain itu, wawancara juga akan dilakukan kepada pekerja Generasi Z untuk memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi perilaku kontra-produktif dari perspektif mereka sendiri.

Peneliti menggunakan format wawancara semi-terstruktur, dengan pedoman pertanyaan terbuka yang memungkinkan informan untuk bercerita secara bebas dan reflektif. Pertanyaan pokok yang diajukan kepada pemilik kios diarahkan pada pengalaman mereka dalam mengelola pekerja muda (Gen Z) dan kejadian-kejadian yang dianggap mengganggu produktivitas kerja, seperti: keterlambatan berulang, sikap kurang bertanggung jawab, konflik interpersonal, hingga pelanggaran aturan kerja. Sementara itu, pertanyaan pokok yang diajukan kepada pekerja Generasi Z akan berfokus pada pengalaman mereka bekerja di sektor informal, persepsi mereka terhadap ekspektasi kerja, dinamika hubungan dengan pemilik kios dan rekan kerja, serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang mereka rasakan memengaruhi tindakan atau sikap yang bisa dikategorikan sebagai perilaku kontra-produktif.

Wawancara dilakukan secara tatap muka langsung di lingkungan pasar, dengan durasi sekitar 30–60 menit per sesi, tergantung pada kelancaran narasi dari masing-masing informan. Semua sesi wawancara direkam menggunakan alat perekam suara digital dengan izin partisipan, dan disertai dengan catatan lapangan singkat untuk mencatat ekspresi non-verbal, suasana interaksi, serta kesan awal peneliti terhadap respons informan. Untuk menjaga etika dan kenyamanan, peneliti membangun hubungan yang akrab (*rapport*) terlebih dahulu sebelum memulai

wawancara. Dalam beberapa kasus, dilakukan wawancara ulang atau klarifikasi (follow-up) jika ditemukan data yang memerlukan pendalaman lebih lanjut. Data hasil wawancara kemudian ditranskripsi secara verbatim dan dianalisis secara tematik. Dalam rangka menjaga keabsahan dan kejujuran data, peneliti menggunakan teknik member checking, yaitu mengonfirmasi hasil transkrip atau interpretasi awal kepada informan. Dengan cara ini, informan memiliki kesempatan untuk meninjau ulang apakah pernyataan mereka ditangkap dengan tepat dan merefleksikan pengalaman mereka secara benar. Teknik ini dianggap tepat dalam pendekatan fenomenologi, karena membantu menjamin bahwa makna yang ditulis peneliti berasal dari pengalaman otentik partisipan, bukan persepsi subjektif peneliti semata.

Dengan hanya menggunakan satu teknik pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam, dan satu teknik validasi berupa member checking, penelitian ini tetap mengutamakan kedalaman pengalaman dan makna, sebagaimana dianjurkan dalam tradisi penelitian fenomenologis.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian Dalam penelitian kualitatif, khususnya pendekatan fenomenologi, peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan pengolahan data. Artinya, peneliti terlibat langsung dalam kegiatan lapangan seperti membangun hubungan dengan informan, melakukan wawancara, serta menafsirkan makna dari narasi yang diperoleh. Kepekaan,

kemampuan komunikasi, dan keterampilan reflektif peneliti menjadi kunci utama dalam menghasilkan data yang bermakna dan valid.

Meskipun peneliti adalah instrumen utama, terdapat pula instrumen pendukung yang digunakan untuk membantu strukturisasi proses wawancara, pencatatan, dan dokumentasi data. Berikut adalah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini.

3.5.1 Pedoman Wawancara (*Interview Protocol*)

Pedoman wawancara disusun sebagai alat bantu utama untuk menggali pengalaman dan persepsi baik dari pemilik kios maupun pekerja Generasi Z. Pedoman ini berbentuk semi-terstruktur, memuat:

1. Pembukaan: pengenalan peneliti dan penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian, serta permintaan persetujuan untuk perekaman.
2. Pertanyaan Inti untuk Pemilik Kios: difokuskan pada pengalaman pemilik kios ketika menghadapi pekerja Gen Z yang menunjukkan perilaku kurang produktif, seperti ketidakhadiran, kurang disiplin, konflik kerja, atau sikap tidak bertanggung jawab.
3. Pertanyaan Inti untuk Pekerja Generasi Z: difokuskan pada pengalaman mereka bekerja di sektor informal, persepsi mereka terhadap ekspektasi kerja, dinamika hubungan dengan pemilik kios dan rekan kerja, serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang mereka rasakan memengaruhi tindakan atau sikap yang bisa dikategorikan sebagai perilaku kontra-produktif.

4. Pertanyaan Lanjutan (Probing): untuk menggali lebih dalam persepsi, interpretasi, serta dampak yang dirasakan oleh informan (baik pemilik kios maupun pekerja Gen Z).
5. Penutup: pernyataan apresiasi dan konfirmasi kemungkinan wawancara lanjutan.

Pedoman wawancara ini dikembangkan berdasarkan kajian pustaka tentang perilaku kontra-produktif, disesuaikan dengan konteks kerja informal di pasar tradisional, dan telah direview oleh dosen pembimbing untuk memastikan kesesuaiannya dengan fokus penelitian.

3.5.2 Catatan Lapangan (*Field Notes*)

Selama wawancara berlangsung, peneliti juga mencatat beberapa informasi penting dalam bentuk catatan lapangan naratif. Catatan ini berisi:

1. Waktu dan lokasi wawancara.
2. Respons emosional informan (ekspresi wajah, bahasa tubuh).
3. Reaksi spontan informan terhadap pertanyaan tertentu.
4. Konteks percakapan atau gangguan selama wawancara. Catatan ini digunakan untuk melengkapi data verbal, memperkaya interpretasi, serta membantu merekonstruksi makna pengalaman informan secara menyeluruh. Pencatatan dilakukan segera setelah wawancara selesai, untuk menjaga keakuratan dan detail peristiwa.

3.5.3 Perangkat Perekam dan Penunjang Teknis

Untuk memastikan akurasi data, wawancara direkam menggunakan alat perekam suara digital (*voice recorder*) yang telah diuji fungsinya sebelumnya di lingkungan pasar. Selain itu, peneliti menggunakan:

1. Laptop untuk proses transkripsi dan pengolahan data.
 2. Aplikasi pengolah kata untuk dokumentasi dan analisis awal.
 3. Handphone/kamera (jika dibutuhkan) untuk mengambil dokumentasi suasana lapangan secara visual (tanpa mengungkap identitas subjek).
- Semua perangkat ini dipersiapkan sebelum kegiatan lapangan dimulai guna menjamin kelancaran proses pengumpulan data:

3.5.4 Penerapan Refleksivitas Peneliti

Sebagai instrumen manusiawi, peneliti juga menerapkan prinsip refleksivitas, yakni kesadaran kritis terhadap bias pribadi yang mungkin memengaruhi proses wawancara dan interpretasi data. Peneliti berupaya menjaga sikap netral, terbuka, dan empatik selama proses interaksi, serta secara berkala melakukan refleksi diri agar hasil penelitian tetap objektif sesuai dengan perspektif asli informan.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini mengikuti pendekatan fenomenologi interpretatif, yang bertujuan untuk menggali makna terdalam dari pengalaman para informan (pemilik kios dan pekerja Generasi Z) dalam menyikapi perilaku kerja kontra-produktif (*CWB*). Dalam pendekatan ini, peneliti berusaha memahami bagaimana pemilik kios menafsirkan tindakan-tindakan tidak produktif yang

dilakukan oleh pekerja Gen Z, serta bagaimana pekerja Gen Z memaknai faktor-faktor yang mendorong terjadinya perilaku tersebut. Analisis juga akan mengaitkannya dengan konteks pasar tradisional, serta mengungkap dinamika relasional yang terbentuk di tempat kerja.

Proses analisis dilakukan secara bertahap sebagai berikut:

1. Transkripsi Data setelah Proses Wawancara

Seluruh rekaman suara ditranskripsikan secara verbatim agar tidak ada makna atau nuansa yang hilang. Peneliti memastikan bahwa transkrip memuat isi percakapan secara utuh, termasuk jeda, penekanan kata, dan ekspresi khas yang muncul selama wawancara.

2. Pembacaan Berulang (*Immersion*)

Peneliti membaca transkrip secara berulang untuk memahami keseluruhan narasi dan menemukan makna implisit maupun eksplisit dalam jawaban informan. Pada tahap ini, peneliti mulai mencatat potongan-potongan penting, kutipan signifikan, atau tema awal yang muncul.

3. Pemberian Kode (*Coding*)

Setelah pemahaman awal terbentuk, peneliti mulai melakukan pemberian kode terbuka (*open coding*) terhadap unit-unit makna yang relevan, seperti sikap pekerja yang dianggap tidak produktif (dari perspektif pemilik kios), faktor pemicu *CWB* (dari perspektif pekerja Gen Z), cara pemilik kios merespons, hingga dampak terhadap lingkungan kerja. Kode-kode ini dikembangkan langsung dari data, bukan dari teori yang telah ada (induktif).

4. Pengelompokan Kode

Pengelompokan kode ke dalam tema kode-kode yang serupa atau berulang kemudian dikelompokkan ke dalam kategori tematik, misalnya: “kemalasan dalam jam kerja”, “ketidaksopanan kepada pelanggan”, “respon pemilik kios terhadap pelanggaran”, “harapan terhadap generasi muda”, atau "faktor pemicu stres kerja", "persepsi ketidakadilan" (sesuai kerangka yang ada di bab 2). Tema-tema ini membantu menstrukturkan pemaknaan yang muncul secara konsisten dari berbagai informan.

5. Interpretasi Makna Peneliti

Menafsirkan tema-tema tersebut dalam konteks sosial, budaya, dan psikologis pasar tradisional. Proses ini mengacu pada prinsip *interpretative phenomenological analysis* (IPA) yang menekankan pemahaman mendalam atas makna pengalaman, bukan sekadar deskripsi permukaan.

6. Validasi melalui *Member Checking*

Untuk menjaga keabsahan hasil analisis, peneliti melakukan *member checking*, yaitu meminta partisipan meninjau kembali interpretasi awal atau kutipan kunci dari wawancara. Masukan dari partisipan digunakan untuk mengoreksi atau memperkuat temuan agar representasi makna tetap otentik.

7. Penyusunan Narasi Tematik Hasil Akhir Analisis

Disusun dalam bentuk narasi tematik, yaitu penyajian hasil temuan berdasarkan tema-tema utama yang mencerminkan pengalaman para pemilik kios dan pekerja Generasi Z. Narasi ini dilengkapi dengan kutipan langsung dari informan sebagai bukti keabsahan dan kekayaan data.

Dengan mengikuti tahapan ini, peneliti memastikan bahwa proses analisis data tidak hanya bersifat sistematis tetapi juga setia pada pengalaman asli para informan (Creswell, 2023). Fokus utama bukan pada generalisasi, melainkan pada pendalaman makna subjektif dari fenomena yang diteliti dalam konteks spesifik kehidupan kerja informal di pasar tradisional.

3.7 Uji Keabsahan Data

Untuk memastikan bahwa temuan penelitian terpercaya (*trustworthy*) dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, peneliti mengacu pada empat kriteria *trustworthiness* menurut Lincoln dan Guba (1985), yaitu: *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Creswell, 2023). Masing-masing kriteria dicapai melalui strategi yang disesuaikan dengan konteks dan pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini.

1. *Credibility* (Kredibilitas)

Kredibilitas merujuk pada sejauh mana hasil penelitian secara akurat merepresentasikan pengalaman dan pandangan partisipan (pemilik kios dan pekerja Generasi Z). Dalam studi ini, *member checking* digunakan sebagai satu-satunya teknik validasi untuk mencapai kredibilitas. Setelah wawancara dianalisis dan dikembangkan menjadi tema-tema awal, peneliti mengonfirmasi kembali hasil interpretasi atau kutipan kunci kepada informan. Partisipan diberikan kesempatan untuk meninjau apakah interpretasi tersebut sesuai dengan maksud dan pengalaman mereka. Jika ditemukan perbedaan atau kesalahan pemahaman, peneliti melakukan revisi

berdasarkan masukan tersebut. Penggunaan *member checking* dianggap memadai dalam pendekatan fenomenologi karena validitas utama ditentukan oleh kesesuaian makna yang ditangkap peneliti dengan makna yang dimiliki informan itu sendiri. Oleh karena itu, teknik ini menjadi kunci dalam menjaga integritas data tanpa memerlukan validasi silang dari sumber lain.

2. *Transferability* (Transferabilitas)

Transferabilitas mengacu pada kemungkinan penerapan hasil penelitian ke konteks lain yang serupa. Dalam studi ini, peneliti memberikan deskripsi tebal (*thick description*) mengenai:

- a. Konteks lokasi (Pasar Ciawi, Tasikmalaya).
- b. Profil partisipan (pemilik kios non-komoditas dan pekerja Generasi Z)
- c. Karakteristik pekerja Generasi Z
- d. Situasi kerja informal yang melatarbelakangi terjadinya perilaku kontra-produktif. Deskripsi kontekstual ini memungkinkan pembaca untuk menilai sendiri sejauh mana hasil penelitian ini dapat diaplikasikan ke lingkungan serupa, seperti pasar tradisional lain atau sektor informal di wilayah berbeda. Meskipun tidak bertujuan generalisasi, penyediaan konteks yang rinci memungkinkan relevansi hasil untuk studi sejenis di masa depan.

3. *Dependability* (Keandalan)

Dependability berkenaan dengan konsistensi prosedur penelitian dan apakah prosesnya terdokumentasi dengan baik. Untuk mencapai *dependability*, peneliti:

- a. Mencatat secara sistematis seluruh proses wawancara (tanggal, durasi, lokasi, identitas partisipan).
- b. Menyimpan transkrip wawancara, catatan lapangan, dan catatan analisis tema.
- c. Menuliskan jejak analisis berupa keputusan pengkodean dan pengelompokan tema. Walaupun tidak menggunakan teknik code-recode atau intercoder reliability, peneliti memastikan konsistensi internal melalui refleksi dan dokumentasi prosedural yang transparan. Dengan adanya dokumentasi ini, proses analisis dapat ditelusuri dan dikaji kembali jika dibutuhkan.

4. *Confirmability* (Konfirmabilitas)

Confirmability mengacu pada sejauh mana hasil penelitian benar-benar berasal dari data informan dan bukan hasil bias peneliti. Dalam penelitian ini, *confirmability* dijaga melalui:

- a. Bracketing, yaitu kesadaran peneliti untuk menahan asumsi atau bias pribadi saat melakukan interpretasi.
- b. Pencatatan kutipan verbatim yang mendukung setiap tema.
- c. Penjelasan alasan logis dalam menarik kesimpulan berdasarkan narasi informan. Selain itu, hasil interpretasi utama telah dikonfirmasi kembali melalui member checking, sehingga makna yang dihasilkan

tetap mengacu pada persepsi autentik informan. Dengan cara ini, hasil penelitian dapat diverifikasi dan ditelusuri kembali ke sumber aslinya.

Dengan menerapkan *member checking*, deskripsi tebal, dokumentasi sistematis, dan reflektivitas, penelitian ini telah memenuhi empat kriteria *trustworthiness* dalam penelitian kualitatif. Meskipun tidak melibatkan triangulasi metode atau auditor eksternal, pendekatan yang digunakan telah sesuai dan proporsional dengan desain fenomenologi, di mana keabsahan makna menjadi prioritas utama.

3.8 Prosedur Etika Penelitian

Penelitian Penelitian ini dilaksanakan dengan mengindahkan prinsip-prinsip etika penelitian kualitatif guna melindungi hak, martabat, dan kenyamanan para partisipan, serta menjaga integritas ilmiah dalam seluruh tahapan proses. Prosedur etika dilaksanakan secara menyeluruh sebelum, selama, dan setelah pengumpulan data, meliputi aspek-aspek berikut:

1. Persetujuan dan *Informed Consent* Sebelum proses wawancara dimulai, peneliti terlebih dahulu memberikan penjelasan lisan yang jelas dan sederhana kepada setiap calon partisipan (baik pemilik kios maupun pekerja Generasi Z) mengenai maksud, tujuan, dan ruang lingkup penelitian. Peneliti memperkenalkan diri secara terbuka sebagai mahasiswa yang sedang menyusun tesis, serta menjelaskan bahwa partisipasi bersifat sukarela dan dapat dihentikan kapan saja tanpa konsekuensi. Partisipan diminta menandatangani formulir persetujuan berpartisipasi (*informed*

consent) yang memuat informasi meliputi: identitas peneliti dan institusi akademik, durasi wawancara, contoh pertanyaan, jaminan kerahasiaan, serta pernyataan bahwa mereka bebas untuk menolak menjawab atau mengundurkan diri kapan pun. Peneliti juga menjelaskan isi formulir secara verbal bagi partisipan yang kurang familiar dengan istilah tertulis. Hanya partisipan yang telah menyatakan persetujuan secara sadar dan sukarela yang diikutsertakan dalam penelitian.

2. Menjaga Kerahasiaan dan Anonimitas Peneliti menjamin bahwa identitas partisipan akan dirahasiakan sepenuhnya. Nama asli tidak akan disebutkan dalam laporan akhir, melainkan diganti dengan kode atau pseudonim (misalnya: Informan 1, P2, atau nama samaran). Data wawancara disimpan dalam bentuk terenkripsi dan hanya diakses oleh peneliti. Selain itu, peneliti juga menyamarkan identitas pihak ketiga yang mungkin disebut dalam percakapan, serta menghindari penyebutan lokasi atau konteks yang terlalu spesifik agar tidak memungkinkan identifikasi oleh pihak luar. Dengan cara ini, privasi dan kerahasiaan partisipan dijaga secara profesional, baik dalam transkrip, analisis, maupun penulisan laporan.
3. Minimisasi Risiko dan Ketidaknyamanan Penelitian ini dirancang agar tidak menimbulkan risiko fisik, psikologis, maupun sosial bagi partisipan. Wawancara dilakukan di lokasi yang nyaman dan kondusif, seperti area kios pada waktu sepi atau ruang semi privat yang disepakati bersama. Penjadwalan wawancara juga disesuaikan dengan waktu luang partisipan agar tidak mengganggu aktivitas perdagangan mereka. Pertanyaan diajukan

dengan nada yang netral dan empatik, dan peneliti menghindari tekanan atau dorongan emosional dalam mengangkat isu-isu sensitif, terutama yang menyangkut performa pekerja Gen Z. Jika partisipan merasa tidak nyaman atau enggan menjawab, peneliti menghormati hal tersebut tanpa memaksa. Sepanjang proses, sikap sopan, menghargai norma lokal, dan menjaga relasi sosial dijunjung tinggi.

4. Kejujuran dan Transparansi Proses Penelitian Peneliti menjalankan seluruh tahapan dengan keterbukaan penuh, tanpa menyembunyikan identitas, tujuan, atau metode penelitian. Peneliti tidak menyamar atau melakukan bentuk manipulasi sosial apa pun untuk mendapatkan informasi dari partisipan. Selama wawancara, peneliti tidak mengarahkan jawaban dan tidak memberikan interpretasi bias. Peneliti juga tidak memiliki konflik kepentingan dalam interaksi ini. Sebagai bentuk penghargaan, peneliti menawarkan untuk membagikan ringkasan hasil akhir kepada partisipan yang berminat setelah proses penelitian selesai. Hal ini untuk memastikan partisipan mendapatkan manfaat berupa wawasan reflektif dari partisipasi mereka.
5. Persetujuan Institusional Sebelum pelaksanaan, penelitian ini telah memperoleh persetujuan etik dari institusi akademik (Universitas Diponegoro), yang menyatakan bahwa prosedur penelitian dinilai etis dan layak dilaksanakan. Peneliti juga mengantongi surat izin penelitian resmi yang ditunjukkan kepada otoritas lokal di Pasar Ciawi apabila diperlukan.

6. Etika dalam Analisis dan Pelaporan Seluruh proses analisis data dilakukan dengan menghormati integritas data asli. Peneliti tidak mengubah atau memanipulasi transkrip wawancara. Setiap interpretasi didasarkan pada narasi autentik yang diperoleh dari partisipan, dan dikonfirmasi melalui *member checking* untuk menjamin keabsahan. Dalam penulisan, identitas partisipan tetap disamarkan dan semua sumber teori atau data sekunder yang digunakan dikutip sesuai dengan gaya APA edisi ke-7. Peneliti menghindari plagiarisme dan berkomitmen terhadap kejujuran ilmiah. Selain itu, data mentah (rekaman dan transkrip) disimpan dengan baik untuk keperluan verifikasi bila diperlukan.

Melalui serangkaian langkah ini, peneliti memastikan bahwa penelitian dilaksanakan secara etis, transparan, dan menghormati martabat partisipan. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip etika dalam penelitian kualitatif sebagaimana dianjurkan oleh Creswell (2023), yakni menjamin otonomi, kerahasiaan, empati, dan akuntabilitas ilmiah dari awal hingga akhir proses penelitian.

3.9 Keterbatasan Metodologi

Setiap desain penelitian memiliki keterbatasan, termasuk pendekatan kualitatif fenomenologis yang digunakan dalam studi ini. Keterbatasan ini tidak dimaksudkan untuk melemahkan hasil, melainkan sebagai bagian dari refleksi ilmiah yang jujur atas ruang lingkup dan daya jangkau penelitian. Beberapa keterbatasan metodologis dalam studi ini antara lain:

1. Keterbatasan Generalisasi Temuan Penelitian ini dilaksanakan dalam konteks yang sangat spesifik, yaitu pada para pemilik kios non-komoditas

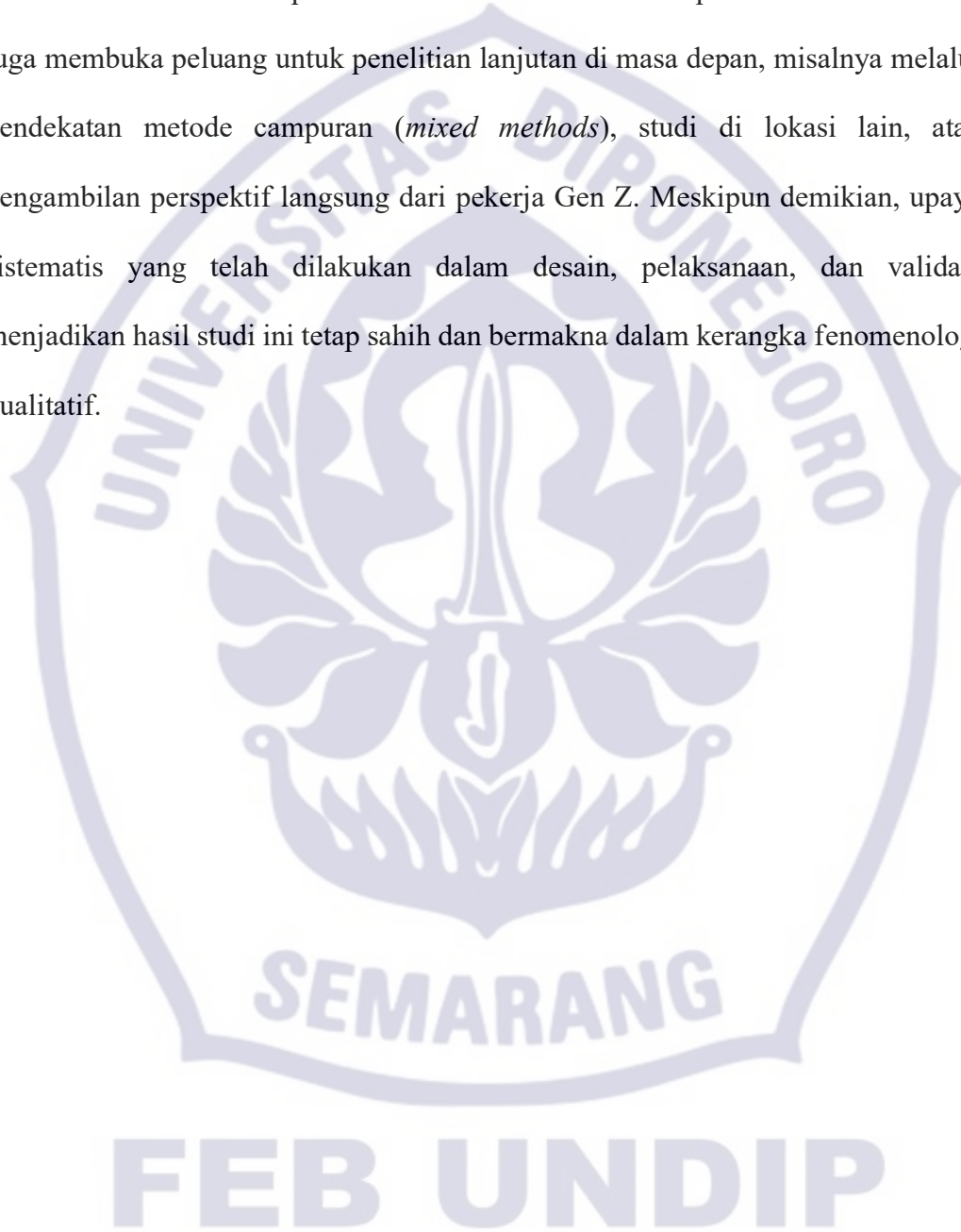
dan pekerja Generasi Z di Pasar Tradisional Ciawi, Tasikmalaya. Karena menggunakan sampel kecil dan bersifat purposif, temuan studi ini tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara statistik ke seluruh populasi pemilik kios atau sektor informal lainnya. Meski demikian, deskripsi tebal (*thick description*) telah disajikan untuk memungkinkan pembaca menilai potensi transferabilitas ke konteks lain yang serupa. Hal ini sejalan dengan prinsip dasar penelitian kualitatif yang lebih menekankan kedalaman pemahaman daripada perluasan generalisasi.

2. Potensi Bias Peneliti Dalam pendekatan kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama yang berpotensi membawa subjektivitas ke dalam proses pengumpulan dan interpretasi data. Meski peneliti telah melakukan langkah *bracketing* dan reflektivitas, tetap terdapat kemungkinan bias halus memengaruhi arah wawancara atau penafsiran temuan. Sebagai contoh, persepsi peneliti terhadap perilaku pekerja muda dapat dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi. Untuk meminimalkan hal ini, teknik seperti *member checking*, *peer debriefing*, dan *audit trail* telah diterapkan guna menjaga keandalan dan obyektivitas proses.
3. Variabilitas Kemampuan Partisipan dalam Mengungkapkan Diri Meskipun subjek penelitian adalah pemilik kios yang relatif lebih berpengalaman dan memiliki otoritas dalam usaha mereka, serta pekerja Generasi Z, tidak semua informan memiliki kemampuan artikulasi yang sama dalam menyampaikan pengalaman atau penilaian terhadap perilaku kontra-produktif. Perbedaan latar belakang pendidikan, usia, dan kemampuan

verbal dapat memengaruhi kelengkapan data naratif yang diperoleh. Peneliti telah berusaha membangun hubungan baik (*rapport*) dan menggunakan *probing*, namun kendala ini tetap menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam menilai kedalaman data.

4. Kesulitan Verifikasi Validitas Secara Mutlak Meskipun telah diterapkan strategi *trustworthiness* seperti *member checking*, interpretasi dalam fenomenologi tetap bersifat subjektif dan tidak sepenuhnya dapat diverifikasi secara objektif. Proses pemaknaan atas pengalaman partisipan sangat dipengaruhi oleh interaksi antara peneliti dan narasi informan. Dengan kata lain, kesimpulan yang ditarik adalah konstruksi bersama yang tidak dapat direplikasi secara identik oleh peneliti lain. Hal ini merupakan ciri khas pendekatan fenomenologi yang mengutamakan pemahaman mendalam daripada kepastian mutlak.
5. Keterbatasan Waktu dan Kompleksitas Analisis Data Proses pengumpulan dan analisis data kualitatif memerlukan waktu yang panjang dan perhatian yang teliti terhadap detail. Dalam penelitian ini, batas waktu yang tersedia (Desember 2024 – Agustus 2025) dapat membatasi eksplorasi lebih lanjut terhadap beberapa tema minor yang muncul. Kompleksitas data naratif yang dihasilkan dari wawancara mendalam juga menuntut selektivitas dalam pelaporan temuan. Ada kemungkinan bahwa beberapa informasi yang bernilai tidak dapat diangkat seluruhnya dalam laporan karena keterbatasan ruang dan waktu analisis.

Dengan memahami dan menyadari keterbatasan-keterbatasan di atas, peneliti berusaha bersikap hati-hati dalam menarik kesimpulan. Keterbatasan ini juga membuka peluang untuk penelitian lanjutan di masa depan, misalnya melalui pendekatan metode campuran (*mixed methods*), studi di lokasi lain, atau pengambilan perspektif langsung dari pekerja Gen Z. Meskipun demikian, upaya sistematis yang telah dilakukan dalam desain, pelaksanaan, dan validasi menjadikan hasil studi ini tetap sah dan bermakna dalam kerangka fenomenologi kualitatif.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pasar Ciawi merupakan pasar tradisional yang berlokasi di Kampung Kiarakuda, Desa Pakemitan, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Tasikmalaya (Kode Pos 46156), dan menjadi salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Pasar ini berada pada jalur strategis yang menghubungkan arteri primer Jawa Barat, sehingga memiliki peran penting dalam mendukung perputaran ekonomi lokal dan regional. Secara kelembagaan, pasar ini dikelola oleh UPTD Pasar Tradisional Ciawi dan telah beroperasi sejak tahun 1998. Berdasarkan data pengelola pasar, Pasar Ciawi memiliki total 531 kios aktif yang dikelola oleh pemilik atau pedagang UKM kios dengan karakteristik usaha yang beragam. Kios-kios tersebut terbagi ke dalam dua kategori utama, yaitu kios komoditas dan kios non-komoditas. Kios komoditas meliputi penjualan kebutuhan pokok seperti beras, sayuran, telur, dan bahan pangan lainnya, yang dalam praktiknya harga jualnya berada dalam kerangka kebijakan intervensi pemerintah. Sementara itu, kios non-komoditas mencakup usaha penjualan pakaian, sepatu, kain, karpet, spreng, dan produk sejenis, dengan mekanisme penetapan harga yang sepenuhnya ditentukan oleh dinamika persaingan pasar. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, sebagian besar pemilik kios dibantu oleh pekerja, yang berdasarkan hasil pra-observasi penelitian didominasi oleh pekerja Generasi Z, dengan proporsi mencapai sekitar 63% dari total tenaga kerja

pasar. Dominasi pekerja Generasi Z ini menjadikan Pasar Ciawi sebagai konteks empiris yang relevan untuk mengkaji dinamika perilaku kerja, relasi antara pemilik kios dan pekerja, serta munculnya perilaku kerja tertentu dalam lingkungan sektor informal tradisional

4.1.2 Dimensi Spasial dan Pembagian Ruang Pasar

Merujuk pada dokumen denah resmi, luas total Pasar Ciawi mencapai 10.055 m² yang terbagi menjadi beberapa zona fungsional utama, termasuk area kios formal, gang sirkulasi, titik parkir, serta area sekitar bekas Terminal Ciawi yang memiliki luas 2.410 m².

Struktur pasar terdiri dari 531 unit kios dan lapak permanen, yang terbagi dalam empat blok utama:

a. Blok A

Zona yang berada di bagian depan pasar (berhadapan dengan Terminal Ciawi). Penjual: perhiasan emas, bakso, makanan, kantong sandal/sepatu, minuman, kosmetik, dan produk jasa ringan.

b. Blok B

Penjual sepatu, pakaian, alat tulis, buah-buahan.

c. Blok C

Penjual pakaian, sayuran, kain, sepatu, sembako.

d. Blok D

Penjual sembako, sayuran, daging, buah-buahan.

Selain blok-blok utama, terdapat juga lapak PKL di area luar pasar, terutama di jalur depan dan sisi pasar. Komposisi pedagang formal dan informal tercatat sebagai berikut:

Pedagang Formal: ± 531 unit

Pedagang Informal (PKL): ± 99 unit yang banyak menempati area luar atau tepi jalan pasar, dan seringkali tumpang tindih dengan jalur sirkulasi

4.1.2.1 Infrastruktur Pendukung Pasar Ciawi

Pasar Ciawi dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang menunjang aktivitas jual beli, antara lain:

1. Area parkir yang tersebar di beberapa titik.
2. Toilet umum sebanyak ± 5 unit yang terletak di berbagai sisi pasar.
3. Masjid Nurul Ikhlas sebagai fasilitas ibadah bagi pedagang dan pengunjung.
4. Tempat Pembuangan Sampah (TPS).
5. CCTV sebagai sarana keamanan.
6. Pos keamanan yang dikelola oleh UPTD.
7. Gambaran Umum Objek Penelitian

Jam operasional pasar adalah pukul 02.00 WIB hingga 16.00 WIB, menandakan aktivitas ekonomi yang dimulai sejak dini hari hingga sore hari. Denah pasar juga menunjukkan alokasi gang sirkulasi dengan luas sekitar 1.800 m^2 , serta jalan lingkungan $\pm 3.100 \text{ m}^2$, yang menggambarkan tingginya intensitas lalu lintas manusia di dalam pasar

Gambar 4. 1
Denah UPTD PASAR CIAWI TASIKMALAYA



Sumber : Data Sekunder UPTD Pasar Ciawi 2022

4.1.3 Karakteristik aktivitas dan Ekonomi Pasar

Asasa Dengan komposisi pedagang yang beragam serta rentang komoditas yang mencakup kebutuhan primer dan sekunder, Pasar Ciawi menjadi pusat perputaran ekonomi masyarakat Ciawi dan sekitarnya. Aktivitas paling tinggi terjadi pada dini hari hingga pagi, khususnya sektor sembako dan sayuran, sementara sektor non-komoditas seperti pakaian, kain, dan sepatu lebih ramai pada siang hari. Dinamika pasar yang padat, interaksi

sosial yang intens, serta keberadaan sektor formal dan informal menjadikan Pasar Ciawi sebagai ruang ekonomi.

Gambar 4. 2
Suasana di dalam Pasar ciawi Tasikmalaya



Sumber : dokumentasi peneliti 2025

4.2 Deskripsi Informan Penelitian

Pada penelitian ini, para informan terdiri dari pemilik kios non-komoditas di Pasar Ciawi yang memiliki pengalaman langsung bekerja bersama pekerja Generasi Z. Pemilihan informan dilakukan secara purposive untuk memastikan keterlibatan mereka dalam dinamika manajemen kios dan perilaku kerja pekerja muda. Peneliti melibatkan 10 informan, terdiri dari 5 pemilik kios (R1–R5) dan 5 pekerja Gen Z (R6–R10) yang bekerja di lingkungan Pasar Baru Ciawi. Berdasarkan keterlibatan

langsung dalam aktivitas pengelolaan dan pekerjaan sehari-hari di kios pakaian, kain, maupun sepatu, sehingga mampu memberikan informasi yang relevan mengenai bentuk-bentuk counterproductive work behaviour (*CWB*) yang terjadi di pasar tradisional. Berikut Daftar informan Pemilik Kios:

Tabel 4. 1
Daftar Informan Pemilik Kios Non Komoditas Pasar Ciawi Tasikmalaya

Kode Informan	informan pemilik kios	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Jenis kios non komoditi	Lama mengelola kios
R1	US	Laki-laki	SMA	Kios Pakaian	28 Tahun
R2	AR	Perempuan	SMA	Kios Pakaian	28 Tahun
R3	ASK	Laki-Laki	SMA	Kios Pakaian	25 Tahun
R4	IL	Perempuan	SMA	Kios Kain	30 Tahun
R5	PN	Perempuan	SMA	Kios Sepatu	33 Tahun

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2025

Berikut deskripsi singkat dari setiap informan:

1. R1 – US (Pemilik Kios R2 - Pakaian)

US merupakan pemilik Kios R2 yang berlokasi di Blok C, terdiri dari dua kios yang digabung menjadi satu. Beliau telah berdagang pakaian selama 28 Tahun dan mempekerjakan beberapa pekerja muda Gen Z sekarang. Latar belakang pendidikan beliau SMA, dan hingga kini kios menjadi sumber penghidupan keluarga.

2. R2 – AR (Pemilik Kios R1 – Pakaian)

AR telah mengelola Kios R1 selama 28 tahun. Kios ini berada di Blok C bagian tengah dan termasuk kios lama yang memiliki pelanggan tetap. Beliau berlatar belakang pendidikan SMA.

3. R3 – ASK (Pemilik Kios NP – Pakaian)

ASK adalah pemilik Kios NP salah satu kios pakaian yang cukup besar dan ramai. Latar belakang pendidikan beliau SMA dan telah lama berdagang di Pasar Baru Ciawi. Beliau mempekerjakan beberapa pekerja Gen Z

4. R4 – IL (Pemilik Kios EX Kain)

IL mengelola Kios E di Blok B bagian luar, kios yang cukup besar dan menyediakan berbagai jenis kain seperti katun, wolvis, sifon, tile, dan kain gamis. Beliau sudah berdagang sejak akhir tahun 1990-an.

5. R5 – PN (Pemilik Kios Sepatu)

PN merupakan pemilik kios sepatu yang berada di bagian luar kawasan pasar. Pendidikan beliau SMP, dan ia telah menjalankan usaha ini selama lebih dari satu dekade.

Selanjutnya adapun daftar informan dari Pekerja Gen Z yang ada di pasar ciawi tasikmalaya adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 2
Daftar Informan Pekerja Gen Z Kios Non Komoditas Pasar Ciawi Tasikmalaya

Kode	Inisial informan	Jenis Kelamin	Tanggal lahir	Pendidikan Terakhir	Jenis kios non komoditi	Lama bekerja
R6	KT	Perempuan	12/12/1998	SMA	Kios Pakaian	9 Tahun
R7	NS	Perempuan	07/09/1999	SMA	Kios Pakaian	5 Tahun
R8	HY	Perempuan	01/03/2002	SMA	Kios Pakaian	4 Tahun
R9	NST	Perempuan	21/08/2000	SMP	Kios Kain	3 Tahun
R10	TP	Perempuan	17/11/2004	SMP	Kios sepatu	4 Tahun

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2025

Berikut deskripsi singkat dari setiap informan:

1. R6 – TK (Pekerja Kios R 2 – Pakaian)

TK adalah pekerja perempuan kelahiran 12 Desember 1998 dengan pendidikan SMA. Ia bekerja di kios pakaian selama 9 tahun,

menunjukkan bahwa dunia kerja pasar sudah cukup membentuk rutinitas dan pengalaman kesehariannya. Dengan latar usia dewasa muda dan masa kerja menengah, pengalaman kerjanya kemungkinan berada pada tahap stabil namun masih berkembang dalam memahami tuntutan kerja informal.

2. R7 – NS Pekerja Kios R1 – Pakaian)

NS, perempuan kelahiran 7 September 1999, berpendidikan SMA dan telah bekerja di kios pakaian selama 5 tahun. Lama bekerja yang lebih panjang menggambarkan proses adaptasi yang sudah matang terhadap ritme dan ekspektasi kerja. Kios menjadi ruang konsisten bagi NS dalam membangun keterampilan interpersonal dan pola kerja yang berulang dalam konteks pasar tradisional.

3. R8 – HY (Pekerja Kios NP – Pakaian)

HY adalah perempuan kelahiran 1 Maret 2002 dengan pendidikan SMA. Ia bekerja di kios pakaian selama 4 tahun. Durasi ini menunjukkan bahwa kios menjadi bagian signifikan dari perjalanan hidup dan dunia kesehariannya. Pengalaman HY cenderung merepresentasikan pemaknaan kerja yang lebih mapan dan terinternalisasi dibanding informan lain.

4. R9 – NST (Pekerja Kios EX – Kain)

NST, perempuan kelahiran 21 Agustus 2000, berpendidikan SMP dan bekerja di kios kain selama 3 tahun. Memasuki dunia kerja dari usia lebih muda, masa kerja ini berperan sebagai fase penting dalam pembentukan

identitas kerjanya. Kios kain menjadi lingkungan belajar mengenai ritme kerja, ketelitian, serta interaksi dengan pelanggan dalam konteks informal.

5. R10 – TP (Pekerja Kios Sepatu SM)

TP adalah perempuan kelahiran 17 November 2004 dengan pendidikan SMP. Ia bekerja di kios sepatu selama 4 tahun, menjadikannya pekerja termuda dengan pengalaman kerja paling singkat. Pengalamannya mencerminkan tahap awal sosialisasi profesional, di mana kios menjadi ruang pertama pembentuk pemahaman tentang tanggung jawab dan ekspektasi kerja.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Bentuk-Bentuk *Counterproductive Work Behaviour* di UKM Pasar Ciawi

A. Temuan Dimensi: *Poor Behaviour*

1. Menghabiskan waktu istirahat/makan siang lebih lama dari waktu (*Terjadi*)

CWB 1

Pekerja di UKM Pasar Ciawi kerap memperpanjang waktu istirahat lebih lama dari ketentuan yang berlaku. Perilaku ini umumnya terjadi ketika arus pelanggan menurun atau pemilik kios tidak berada di tempat. Sebagaimana R1 berkata: “Kadang istirahat suka lebih dari satu jam.”

Fenomena ini menunjukkan adanya kelonggaran waktu yang oleh sebagian pekerja dimaknai sebagai bentuk adaptasi terhadap dinamika pasar yang fluktuatif. Mereka merasa bahwa ketika kios sedang sepi,

memperpanjang waktu istirahat tidak akan menimbulkan dampak besar. Namun, dari sudut pandang pemilik, kebiasaan ini jelas mengurangi kesiagaan layanan dan berpotensi menghilangkan peluang transaksi spontan. Dalam konteks pasar tradisional yang ritmenya tidak menentu, kesiapan untuk melayani pelanggan kapan saja menjadi faktor penting dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pembeli.

Ketika praktik memperpanjang istirahat ini berulang, norma kelompok cenderung bergeser ke arah permisif. Disiplin jam layanan melemah, dan kebiasaan seperti menunda merapikan etalase setelah makan siang menjadi hal yang lumrah. Dampaknya bukan hanya pada produktivitas harian, tetapi juga pada citra profesional kios di mata pelanggan yang sensitif terhadap kesiapan layanan. Jika pelanggan melihat kios kosong atau pekerja tidak berada di posisi siap melayani, mereka bisa beralih ke kios lain yang lebih responsif.

Secara akademis, perilaku ini termasuk dalam kategori *Poor Behaviour* karena mengurangi readiness dan availability tenaga kerja pada saat yang tidak terduga. Hal ini sejalan dengan temuan Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa perilaku kontra-produktif seperti ini dapat menggerus produktivitas dan menurunkan ketepatan respon terhadap pelanggan dalam lingkungan ritel yang dinamis.

2. Bekerja lambat pada tugas (*Terjadi*) CWB 2

Pekerja di UKM Pasar Ciawi kadang menunjukkan perilaku bekerja dengan tempo lambat, terutama ketika mengalami kejenuhan, kelelahan emosional, atau terdistraksi oleh penggunaan handphone. Sebagaimana R1

menyatakan: “*Kalau lagi capek atau main HP, jadi lambat pisan.*” Hal serupa juga diungkapkan oleh R3: “*Ada juga yang main HP lama, bikin pembeli nunggu.*”

Fenomena ini menggambarkan adanya penurunan kecepatan kerja yang berdampak langsung pada kualitas layanan. Dalam ritme pasar yang menuntut respons cepat misalnya mengambil ukuran, melipat kain, atau menata display kelambatan sekecil apa pun dapat mendorong pelanggan berpindah ke kios tetangga. Pekerja mengakui bahwa ketika pikiran terseret masalah pribadi atau tersentuh teguran bernada keras, performa mereka menurun ke tingkat minimum effort.

Dampak dari perilaku ini tidak hanya berupa penundaan layanan, tetapi juga memengaruhi kualitas hasil kerja. Penataan visual menjadi kurang rapi, akurasi pencatatan melemah, dan kesalahan kecil lebih sering terjadi. Akumulasi dari kelambatan ini menurunkan pengalaman belanja pelanggan dan berpotensi mengurangi retensi mereka.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori *Poor Behaviour* karena mengganggu efisiensi layanan dan persepsi kualitas di titik kontak langsung dengan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Spector et al. (2006) dan Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa distraksi dan kelelahan emosional merupakan pemicu utama perilaku kontra-produktif seperti *slowdown*, yang pada akhirnya menggerus produktivitas dan citra profesional organisasi.

3. Datang terlambat ke tempat kerja (*Terjadi*) CWB 3

Sebagian pekerja di UKM Pasar Ciawi menunjukkan kebiasaan datang terlambat ke tempat kerja, terutama pada jam pagi yang sebenarnya merupakan waktu vital untuk menangkap arus pelanggan pertama. Sebagaimana R2 menyatakan: *“Kadang telat datang itu biasa.”* Hal ini juga diperkuat oleh R3: *“Ada beberapa yang suka telat.”* Serta R6 menambahkan: *“Kalau lagi banyak urusan keluarga, saya jadi telat lebih dari setengah jam.”*

Fenomena keterlambatan ini berdampak langsung pada kesiapan operasional kios. Ketika pekerja datang terlambat, tugas pembuka seperti menyapu, mengelap plastik, dan menata display menjadi tertunda. Akibatnya, kios tidak siap melayani pelanggan yang datang lebih awal, sehingga peluang transaksi pertama bisa hilang. Pemilik kios sering kali harus menutup celah operasional sendiri, yang mengalihkan fokus dari aktivitas penjualan ke pekerjaan dasar.

Jika keterlambatan ini dinormalisasi, konsistensi operasional melemah dan budaya kerja menjadi permisif. Walaupun alasan keterlambatan seperti urusan keluarga terdengar manusiawi, dampak bisnisnya nyata dan berulang. Dalam jangka panjang, kebiasaan ini dapat menurunkan kepercayaan pemilik terhadap pekerja dan mengganggu ritme kerja tim.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori Poor Behaviour karena mengurangi jam efektif layanan dan mengganggu kesiapan awal hari. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) dan Spector et al. (2006)

yang menekankan bahwa keterlambatan merupakan bentuk *CWB* yang mengganggu kelancaran operasional dan menurunkan produktivitas harian.

4. Menyelesaikan pekerjaan lebih awal dari jam kerja (*Terjadi*) *CWB 4*

Keluar Sebagian pekerja di UKM Pasar Ciawi kadang pulang lebih cepat dari jam kerja yang telah ditentukan, bahkan tanpa koordinasi dengan pemilik kios. Sebagaimana R2 menyatakan: “*Pulang juga kadang lebih cepat, bilangny mau beli sesuatu tapi lama baliknya.*”

Perilaku ini biasanya terjadi pada jam layanan aktif, ketika pelanggan masih berpotensi datang untuk berbelanja. Ketika pekerja meninggalkan kios lebih awal, kapasitas layanan berkurang dan pemilik kios harus menanggung beban tambahan untuk melayani pelanggan sendirian. Hal ini tidak hanya mengganggu kontinuitas operasional, tetapi juga menurunkan kualitas interaksi dengan pelanggan, karena pemilik harus membagi fokus antara melayani dan menjaga kios. Jika kebiasaan pulang lebih awal ini berulang, jadwal kerja menjadi tidak menentu dan pembagian tugas antarpekerja terganggu. Dalam jangka panjang, perilaku ini dapat menciptakan ketidakpastian operasional yang merugikan bisnis. Selain itu, jam efektif kerja berkurang sementara biaya tetap tetap berjalan, sehingga produktivitas harian dan margin kios ikut tertekan.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori *Poor Behaviour* karena memutus kontinuitas operasional dan mengurangi kapasitas layanan pada jam dagang aktif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang

menekankan bahwa perilaku kontra-produktif seperti ini dapat mengganggu kelancaran operasional dan menurunkan efisiensi bisnis ritel.

5. Tidak memperhatikan pekerjaan yang diberikan (*Terjadi*) CWB 5

Ketidakterperhatian Sebagian pekerja di UKM Pasar Ciawi menunjukkan perilaku kurang memperhatikan detail pekerjaan yang diberikan, sehingga hasil kerja tampak asal-asalan. Sebagaimana R2 menyatakan: “*Kerja setengah hati, asal beresin barang.*”

Fenomena ini terlihat pada aktivitas seperti melipat kain secara tidak rapi, menggelap etalase tanpa memastikan kebersihan menyeluruh, atau mencatat transaksi dengan kurang teliti. Dari perspektif pelanggan, detail yang rapi merupakan isyarat profesionalisme dan kualitas layanan. Ketika pekerja mengabaikan detail, pelanggan dapat meragukan kesegaran barang atau keseriusan pengelola kios. Dalam jangka panjang, kebiasaan “asal beres” menggeser standar kerja dari “baik” menjadi “cukup”, sehingga daya tarik visual kios menurun dan pengalaman belanja pelanggan ikut merosot. Dampak ini tidak hanya memengaruhi citra kios, tetapi juga berpotensi mengurangi loyalitas pelanggan.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori *Poor Behaviour* karena menurunkan kualitas eksekusi dan persepsi profesionalisme. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa perhatian terhadap detail merupakan bagian penting dari budaya kerja ritel, dan pengabaian terhadap hal ini dapat menggerus reputasi serta daya saing usaha.

6. Tidak bekerja dengan potensi penuh (*Terjadi*) *CWB* 6

Sebagian pekerja di UKM Pasar Ciawi menunjukkan perilaku bekerja dengan usaha minimum setelah mengalami teguran keras atau interaksi yang menimbulkan emosi negatif. Sebagaimana R8 mengungkapkan: *“Kalau nada suara naik dikit aja, langsung kepikiran sampai pulang; kalau udah begitu, saya kerja seadanya dulu.”* Hal ini diperkuat oleh R10 yang berkata: *“Habis itu saya kepikiran seharian, kerja jadi nggak fokus; saya anaknya sensitif.”*

Fenomena ini menggambarkan respons pasif terhadap stres interpersonal. Ketika pekerja merasa tersinggung atau tertekan, mereka cenderung menurunkan tempo kerja, mengurangi inisiatif, dan menghindari interaksi kompleks dengan pelanggan. Dampaknya terlihat pada penataan display yang kurang segar, kesalahan kecil yang meningkat, dan berkurangnya kualitas layanan secara keseluruhan.

Perilaku ini tidak hanya memengaruhi produktivitas individu, tetapi juga mengganggu ritme kerja tim. Dalam jangka panjang, kebiasaan ini dapat menurunkan standar operasional kios dan menciptakan suasana kerja yang kurang kondusif. Pemilik kios sering kali tidak menyadari bahwa teguran bernada keras dapat memicu efek psikologis yang berlarut-larut, sehingga strategi komunikasi yang lebih konstruktif diperlukan.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori Poor Behaviour dan selaras dengan stress-emotion model pada *CWB*, di mana emosi negatif memediasi hubungan antara stresor interpersonal dan perilaku kontra-

produktif pasif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Spector et al. (2006), Nan et al. (2020), dan Alqhaiwi et al. (2024) yang menekankan bahwa pengelolaan emosi dan gaya teguran yang tepat dapat meminimalkan dampak perilaku kontra-produktif di lingkungan kerja.

7. Menggunakan media sosial/permainan saat bekerja (*Terjadi, masif*) CWB 7

Menggunakan Di UKM Pasar Ciawi, penggunaan media sosial atau permainan di ponsel saat jam kerja merupakan perilaku kontra-produktif yang cukup masif. Pekerja cenderung memanfaatkan waktu ketika kios sedang sepi untuk membuka aplikasi seperti TikTok, WhatsApp, atau bahkan merekam video. Sebagaimana R1 mengungkapkan: “*Heheh... itu mah tiap hari; kalau kios sepi, mereka buka TikTok, WA, rekam video.*” Hal serupa juga disampaikan oleh R7: “*Kalau kios lagi sepi, saya buka TikTok, WA, atau upload story.*” R9 menambahkan: “*Kalau kios lagi sepi saya langsung buka TikTok atau WA.*” Dan R10 mengakui: “*Kalau Ibu nggak ada, saya lebih santai; kadang duduk lama sambil buka TikTok.*”

Fenomena ini menunjukkan adanya distraksi yang menggerus kesiapan layanan. Ketika pekerja terlalu fokus pada ponsel, transisi kembali ke aktivitas melayani pelanggan menjadi lambat. Akibatnya, pelanggan yang datang mendadak sering kali harus menunggu, bahkan berpindah ke kios lain yang lebih responsif. Selain itu, akumulasi waktu yang dihabiskan untuk media sosial menunda pekerjaan dasar seperti merapikan display atau mengecek stok ringan. Dampak ini semakin terasa ketika arus pelanggan tiba-tiba meningkat, sementara kondisi kios belum optimal.

Perilaku ini tidak hanya memengaruhi produktivitas individu, tetapi juga citra kios secara keseluruhan. Pelanggan yang melihat pekerja sibuk dengan ponsel dapat menilai kios kurang profesional dan tidak siap melayani. Dalam jangka panjang, kebiasaan ini berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan dan mengurangi loyalitas mereka.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori Poor Behaviour karena mengurangi readiness dan mengganggu housekeeping time yang esensial untuk menjaga tampilan kios. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa penggunaan waktu kerja untuk kepentingan pribadi, seperti media sosial, merupakan bentuk perilaku kontra-produktif yang dapat menggerus efisiensi dan kualitas layanan di sektor ritel.

8. Diam-diam keluar saat jam kerja (*Terjadi*) CWB 9

Sebagian pekerja di UKM Pasar Ciawi menunjukkan perilaku meninggalkan kios tanpa izin pada jam kerja, biasanya dengan alasan yang dibuat-buat seperti pergi ke kamar mandi. Sebagaimana R1 mengungkapkan: “Pernah ada yang bilang mau ke kamar mandi, tapi ternyata nongkrong dulu di terminal.” Hal serupa juga disampaikan oleh R2: “Sering; mereka bilang ‘Bu, ka WC’, tapi nyatanya diam-diam ke terminal, jajan, atau ketemu pacarnya.” R5 menambahkan: “Kadang bilang ke kamar mandi, tapi sampai 20 menit nggak balik.” Dan R7 mengakui: “Kalau bos nggak ada, saya keluar agak lama buat beli jajan.”

Fenomena ini terjadi terutama ketika pengawasan pemilik longgar atau kios sedang sepi. Dampaknya cukup signifikan karena kios menjadi kosong

sementara, sehingga pelanggan yang datang tidak terlayani. Dalam konteks pasar tradisional, pelanggan jarang menunggu tanpa kepastian, sehingga peluang transaksi hilang begitu saja. Selain itu, pemilik kios harus menutup celah operasional sendiri, yang mengganggu ritme kerja dan fokus penjualan.

Perilaku ini tidak hanya merugikan secara langsung, tetapi juga menciptakan ketidakpastian dalam jadwal kerja. Jika kebiasaan ini berulang, norma kelompok dapat bergeser ke arah permisif, sehingga disiplin kerja semakin melemah. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menurunkan kepercayaan pemilik terhadap pekerja dan mengganggu stabilitas operasional kios.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori Poor Behaviour karena mengganggu kontinuitas pelayanan dan menurunkan pengalaman pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa meninggalkan tugas tanpa izin merupakan bentuk perilaku kontra-produktif yang berdampak langsung pada kualitas layanan dan citra usaha.

9. Mengurus urusan pribadi secara diam-diam saat bekerja (*Terjadi*) CWB 10

Sebagian pekerja di UKM Pasar Ciawi memanfaatkan kelonggaran pengawasan untuk mengurus urusan pribadi di jam kerja, seperti membeli jajanan, skincare, atau bertemu pasangan. Sebagaimana R7 mengungkapkan: “Kalau bos nggak ada, saya keluar agak lama buat beli jajan.” Hal serupa juga disampaikan oleh R8: “Hampir tiap hari A..., ke terminal beli es, beli skincare, atau ketemu pacar sebentar.” Dan R10 mengakui: “Kadang keluar sebentar

beli es atau ketemu pacar; saya tahu itu nggak baik, tapi suasana pasar itu kekeluargaan jadi suka kebablasan.”

Fenomena ini menunjukkan adanya perilaku oportunistik yang memanfaatkan suasana pasar yang akrab dan pengawasan yang longgar. Dampaknya cukup signifikan karena mengurangi jam efektif layanan dan menciptakan ketidakpastian operasional. Ketika pekerja berada di luar kios, pelanggan yang datang tidak terlayani, sehingga peluang transaksi hilang. Selain itu, pemilik kios harus menutup celah operasional sendiri, yang mengganggu ritme kerja dan fokus penjualan.

Jika kebiasaan ini berulang, norma kerja bergeser ke arah permisif, dan disiplin jam layanan semakin melemah. Dalam jangka panjang, perilaku ini dapat menurunkan kepercayaan pemilik terhadap pekerja dan mengganggu stabilitas operasional kios.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori Poor Behaviour karena mengurangi jam efektif layanan dan mengganggu konsistensi operasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa pengelolaan waktu kerja yang longgar dapat memicu perilaku kontra-produktif yang berdampak langsung pada kualitas layanan dan citra usaha.

10. Tidak hadir tanpa pemberitahuan (*Terjadi*) CWB 11

Sebagian pekerja di UKM Pasar Ciawi menunjukkan perilaku tidak hadir tanpa memberikan pemberitahuan sebelumnya, yang dikenal sebagai *no call/no show*. Perilaku ini menimbulkan gangguan serius terhadap kelancaran operasional kios karena pemilik kehilangan kepastian sumber daya dan harus

menutup celah kerja sendirian. Sebagaimana R1 mengungkapkan:

“Bilang sakit tapi ternyata ketemu sedang jalan-jalan di luar.”

Fenomena ini menunjukkan adanya pelanggaran terhadap komitmen kerja yang berdampak langsung pada keandalan operasional. Ketika pekerja tidak hadir tanpa pemberitahuan, pemilik kios harus merangkap tugas, sehingga fokus penjualan berkurang dan kualitas interaksi dengan pelanggan menurun. Selain itu, ketidakhadiran mendadak mengganggu perencanaan harian, termasuk penataan display dan housekeeping, yang seharusnya dilakukan sebelum kios ramai.

Jika kebiasaan ini berulang, kepercayaan pemilik terhadap pekerja akan menurun, dan iklim kerja menjadi tidak stabil. Dalam jangka panjang, perilaku ini dapat memicu konflik interpersonal dan menurunkan kohesi tim.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori Poor Behaviour dengan risiko tinggi karena memengaruhi keandalan operasi dan kualitas layanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Spector et al. (2006) dan Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa ketidakhadiran mendadak merupakan bentuk *CWB* yang mengganggu integritas kontrak psikologis dan menurunkan produktivitas tim kecil.

11. Mengambil cuti sakit meski tidak sakit (*Terjadi*) *CWB 12*

Pada UKM Pasar Ciawi, terdapat indikasi perilaku mengambil cuti sakit meskipun sebenarnya tidak sakit. Perilaku ini muncul dari konteks ketidakhadiran mendadak yang disertai alasan yang tidak sesuai fakta.

Sebagaimana R1 mengungkapkan: “*Bilang sakit tapi ternyata ketemu sedang jalan-jalan di luar.*”

Fenomena ini menunjukkan adanya penyalahgunaan alasan sakit untuk memperoleh ketidakhadiran. Dampaknya cukup serius karena mengganggu integritas kontrak psikologis antara pemilik dan pekerja. Ketika alasan sakit digunakan sebagai dalih, pemilik kehilangan kepercayaan terhadap pekerja, dan rekan kerja harus menanggung beban tambahan. Dalam tim kecil seperti kios pasar, ketidakhadiran mendadak dapat mengganggu ritme kerja, menurunkan kualitas layanan, dan memicu konflik interpersonal.

Jika kebiasaan ini berulang, iklim kerja menjadi tidak sehat karena muncul rasa curiga dan ketidakpastian. Pemilik kios merasa “ditinggal” dan harus menutup celah operasional sendiri, sementara pekerja lain merasa terbebani. Dalam jangka panjang, perilaku ini dapat merusak kohesi tim dan menurunkan produktivitas.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori Poor Behaviour karena mengganggu keandalan operasional dan integritas hubungan kerja. Temuan ini sejalan dengan penelitian Spector et al. (2006) dan Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa penyalahgunaan izin sakit merupakan bentuk *CWB* yang berdampak pada kepercayaan dan stabilitas kerja dalam organisasi kecil.

12. Datang Bekerja dalam Keadaan Mabuk *CWB* 13 (Tidak Terjadi)

Indikator ini dikategorikan sebagai perilaku kontra-produktif berisiko tinggi karena dapat mengganggu keselamatan kerja dan kualitas layanan. Namun, dalam konteks UKM Pasar Ciawi, perilaku ini tidak ditemukan. Hal

ini sejalan dengan norma kesopanan kerja lokal yang kuat, di mana konsumsi alkohol dianggap tidak pantas dilakukan sebelum atau selama jam kerja. Sebagaimana tercatat dalam hasil wawancara: “Tidak ada.”

Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun banyak bentuk *Poor Behaviour* terjadi di pasar tradisional, datang bekerja dalam keadaan mabuk bukanlah bagian dari budaya kerja di lokasi penelitian. Norma sosial dan nilai religius yang melekat di komunitas pasar tampaknya berperan penting dalam mencegah perilaku ini.

Secara akademis, indikator ini tetap relevan untuk diidentifikasi karena termasuk kategori *Poor Behaviour* berisiko tinggi menurut literatur. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa perilaku seperti ini, meskipun jarang terjadi di beberapa konteks, harus tetap diantisipasi karena dampaknya terhadap keselamatan dan reputasi organisasi sangat besar.

B. Dimensi: *Misuse of Organisational Resources*

13. Membawa peralatan organisasi untuk keperluan pribadi (*Terjadi*) CWB 14

Terdapat perilaku membawa atau menggunakan peralatan kios untuk keperluan pribadi tanpa izin di UKM Pasar Ciawi. Perilaku ini dianggap wajar oleh sebagian pekerja karena dilakukan untuk hal-hal kecil, seperti sholat, namun tetap termasuk bentuk penyalahgunaan sumber daya organisasi. Sebagaimana R5 mengungkapkan: “Mereka itu kadang pakai barang-barang kios seenaknya, misalnya pakai sandal Ibu untuk sholat tanpa bilang dulu.” Hal

serupa juga disampaikan oleh R9: *“Saya pakai mukena dan sandal Ibu waktu mau sholat; saya anggap itu biasa selama kecilkecilan.”*

Fenomena ini menunjukkan adanya persepsi permisif terhadap penggunaan aset kios. Walaupun dianggap “kecilkecilan”, perilaku ini dapat menimbulkan biaya siluman dan konflik mikro jika dibiarkan. Dalam jangka panjang, kebiasaan ini berpotensi mengaburkan batas kepemilikan aset dan membuka toleransi untuk penggunaan yang lebih besar.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori Misuse of Organisational Resources karena mengganggu kontrol terhadap aset dan berisiko menurunkan integritas operasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa penggunaan fasilitas organisasi untuk kepentingan pribadi, meskipun kecil, dapat memicu perilaku kontra-produktif yang lebih besar jika tidak diatur dengan jelas.

14. Membawa Perlengkapan Kios ke Rumah *CWB* 15

Di UKM Pasar Ciawi, terdapat perilaku membawa pulang perlengkapan kios untuk keperluan pribadi, meskipun dianggap “jarang dipakai” oleh pekerja. Perilaku ini tetap termasuk penyalahgunaan sumber daya organisasi karena mengurangi kapasitas penataan dan promosi barang di kios. Sebagaimana R8 mengungkapkan: *“Pernah juga ambil hanger dan besi gantungan yang udah jarang dipakai buat warung saya.”*

Fenomena ini menunjukkan adanya persepsi bahwa barang yang tidak digunakan bebas untuk diambil, padahal aset tersebut tetap memiliki nilai operasional. Dampaknya adalah kios kehilangan fasilitas yang mendukung

penataan barang, sehingga tampilan display menjadi kurang optimal. Jika kebiasaan ini dinormalisasi, risiko bergeser ke pengambilan barang yang lebih bernilai, yang dapat memicu konflik antara pemilik dan pekerja.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori *Misuse of Organisational Resources* karena mengaburkan batas kepemilikan aset dan mengganggu kelancaran operasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa perilaku membawa pulang perlengkapan organisasi, meskipun kecil, dapat memicu masalah integritas dan menurunkan efisiensi kerja.

15. Menggunakan perlengkapan kantor untuk urusan pribadi (*Terjadi*) *CWB 16*

perilaku memanfaatkan persediaan kios seperti plastik, tisu, atau perlengkapan kecil untuk keperluan pribadi terjadi di UKM Pasar Ciawi. Sebagaimana R2 mengungkapkan: “*Mereka suka pakai sandal saya, tisu kios, pulpen, bahkan kantong plastik.*” Hal serupa juga disampaikan oleh R6: “*Ambil kresek kecil buat bungkus belanja; saya pikir itu biasa aja, A....*”

Fenomena ini menunjukkan adanya persepsi bahwa penggunaan barang kecil dianggap wajar, padahal berdampak pada stok operasional kios. Akumulasi penggunaan “kecilkecilan” membuat persediaan cepat habis, sehingga saat kios ramai, kemasan pelanggan tidak tersedia atau kualitasnya menurun. Dampak ini bukan hanya pada biaya tambahan, tetapi juga pada kualitas layanan yang dirasakan pelanggan. Jika kebiasaan ini berulang, pemilik kios harus menanggung biaya ekstra dan mengatur ulang stok lebih

sering. Dalam jangka panjang, perilaku ini dapat mengganggu efisiensi operasional dan memicu konflik kecil antara pemilik dan pekerja.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori *Misuse of Organisational Resources* karena menggerus biaya dan mengganggu kelancaran layanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa penggunaan persediaan organisasi untuk kepentingan pribadi, meskipun kecil, dapat memicu perilaku kontra-produktif yang lebih besar jika tidak dikendalikan.

16. Menggunakan alat kantor untuk urusan pribadi (*Terjadi*) CWB 17

Terdapat perilaku pekerja yang menggunakan fasilitas kios di UKM Pasar Ciawi seperti colokan listrik untuk kepentingan pribadi, misalnya mengisi daya ponsel sepanjang hari. Sebagaimana R5 mengungkapkan: “*Ngecas HP seharian di kios, padahal colokan itu buat lampu dan kipas.*”

Fenomena ini menunjukkan adanya pemanfaatan sumber daya kios untuk kebutuhan pribadi yang mengganggu prioritas operasional. Ketika colokan listrik digunakan untuk mengisi daya ponsel, penataan alat kerja seperti lampu dan kipas menjadi tidak optimal. Dampaknya adalah kenyamanan pelanggan berkurang, terutama saat kios ramai dan membutuhkan kipas atau pencahayaan yang baik. Jika kebiasaan ini berulang, pemilik kios harus menanggung biaya listrik tambahan dan mengatur ulang penggunaan fasilitas. Dalam jangka panjang, perilaku ini dapat memicu konflik kecil antara pemilik dan pekerja, terutama jika dianggap sebagai hak tanpa batas.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori *Misuse of Organisational Resources* karena mengganggu kelancaran operasional dan memanfaatkan aset organisasi untuk kepentingan pribadi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa penggunaan fasilitas organisasi untuk urusan pribadi, meskipun terlihat sepele, dapat menggerus efisiensi dan menurunkan kualitas layanan.

17. Menggunakan persediaan kantor secara tidak hemat (*Terjadi*) CWB 18

Beberapa pekerja di UKM Pasar Ciawi menunjukkan perilaku menggunakan persediaan habis pakai, seperti kantong plastik, secara boros untuk keperluan pribadi. Sebagaimana R5 mengungkapkan: “*Setelah dicek, ternyata beberapa pekerja suka memakainya untuk bungkus belanjaan pribadi.*”

Fenomena ini tampak sepele, tetapi berdampak nyata pada operasional kios. Ketika persediaan plastik digunakan secara berlebihan untuk kebutuhan pribadi, stok cepat habis dan kios kesulitan menyediakan kemasan berkualitas bagi pelanggan saat ramai. Dampaknya bukan hanya pada biaya tambahan, tetapi juga pada kualitas layanan yang dirasakan pelanggan, karena kemasan yang kurang rapi dapat menurunkan citra profesional kios. Jika kebiasaan ini berulang, pemilik kios harus menanggung biaya ekstra dan mengatur ulang stok lebih sering. Dalam jangka panjang, perilaku ini dapat mengganggu efisiensi operasional dan memicu konflik kecil antara pemilik dan pekerja, terutama jika dianggap sebagai hal yang wajar.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori *Misuse of Organisational Resources* karena menggerus biaya dan mengganggu kelancaran layanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa penggunaan persediaan organisasi secara boros, meskipun terlihat kecil, dapat memicu perilaku kontra-produktif yang lebih besar jika tidak dikendalikan.

18. Mencuri sumber daya organisasi (pencurian halus) *CWB 19*

Beberapa pekerja di UKM Pasar Ciawi terlibat dalam perilaku yang lebih serius, yaitu mengambil atau menggelapkan keuntungan dari penjualan barang pinjaman antarkios. Perilaku ini tidak hanya melanggar norma kerja, tetapi juga merusak integritas keuangan kios. Sebagaimana R2 mengungkapkan:

“Keuntungannya mereka simpan sendiri; saya tahunya pas stok dan uang tidak cocok; itu sama saja seperti mencuri, A....” Hal serupa juga disampaikan oleh R3: *“Pernah anak saya cerita, barang dari kios sebelah dijual, tapi duit keuntungannya nggak masuk pembukuan.”* R4 menambahkan: *“Barang pinjaman dijual, tapi keuntungannya tidak dicatat; Ibu anggap itu termasuk CWB, karena sama saja kaya nyimpen keuntungan sendiri.”* R5 mengonfirmasi: *“Setelah ditelusuri, baru ketahuan kalau barang pinjaman itu dijual tapi tidak dicatat; buat Ibu itu sudah masuk kategori mencuri.”* Dan R7 mengakui: *“Saya tahu itu salah, cuma waktu itu saya mikir, ‘Saya yang capek, masa semuanya harus disetor?’”*

Fenomena ini menunjukkan adanya persepsi keliru bahwa usaha fisik memberi hak atas keuntungan pribadi, padahal barang yang dijual bukan milik pekerja. Dampaknya sangat serius: pendapatan kios bocor, pembukuan tidak sinkron, dan kepercayaan pemilik terhadap pekerja menurun drastis. Jika kebiasaan ini dibiarkan, risiko konflik meningkat dan iklim kerja menjadi tidak sehat.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori *Misuse of Organisational Resources* dengan risiko tinggi dan juga diklasifikasikan sebagai *CWB Theft*. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) dan Spector et al. (2006) yang menekankan bahwa pencurian, baik dalam bentuk barang maupun margin penjualan, merupakan bentuk *CWB* yang paling merusak integritas organisasi dan keberlanjutan usaha.

19. Menutupi kerusakan barang organisasi agar tidak diketahui *CWB* 20

Sebagian pekerja Gen Z di UKM Pasar Ciawi menunjukkan perilaku menyembunyikan kerusakan barang kios dengan mengubah narasi agar tidak disalahkan. Sebagaimana R1 mengungkapkan: “*Pernah manekin jatuh patah, tapi bilangnya ‘kesenggol pembeli’*”. Hal serupa juga disampaikan oleh R3: “*Pernah manekin jatuh, pecah sedikit; tapi bilangnya kesenggol pembeli.*” R6 menambahkan: “*Kursi plastik patah karena saya dudukin sambil geser-geser, tapi saya takut dimarahin jadi bilangnya kursinya keinjek anak pembeli.*” R8 mengakui: “*Pernah manekin jatuh A..., jadi saya bilang kalau itu kesenggol pembeli.*” Dan R10 berkata: “*Ada sandal display yang putus karetinya; saya*

takut dibilang nggak hati-hati, jadi saya bilang itu sandal sebelumnya sudah longgar.”

Fenomena ini menunjukkan adanya kecenderungan untuk menghindari teguran dengan cara memanipulasi informasi. Dampaknya bukan hanya pada biaya penggantian barang, tetapi juga pada hilangnya kesempatan untuk belajar dari kesalahan dan mencegah kerusakan serupa di masa depan. Ketika kerusakan tidak dilaporkan secara jujur, pemilik kios tidak dapat mengambil langkah perbaikan yang tepat, sehingga risiko berulang tetap tinggi.

Jika kebiasaan ini berulang, budaya kerja menjadi kurang transparan dan kepercayaan antara pemilik dan pekerja menurun. Dalam jangka panjang, hal ini dapat memicu konflik interpersonal dan mengganggu iklim kerja yang sehat.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori *Misuse of Organisational Resources* karena menghambat pembelajaran operasional dan pencegahan ulang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa kejujuran dalam pelaporan kerusakan aset merupakan bagian penting dari budaya kerja yang berorientasi pada perbaikan berkelanjutan.

C. Dimensi *Inappropriate Communication*

20. Berbicara sarkastik kepada rekan kerja *CWB 21*

Sarkasme antarrekan diklasifikasi *Inappropriate Communication* karena merusak iklim sosial di tempat kerja (Na-Nan et al., 2020), namun pada konteks ini tidak ditemukan kalimat utuh yang eksplisit.

“(Tidak ada.)”

Fokus perbaikan diarahkan pada standar bahasa kerja sopan di area publik (lihat *CWB23*), termasuk pengendalian volume dan diksi agar percakapan internal tidak merusak citra layanan.

21. Berbicara sarkastik kepada atasan (*Indikasi terbatas*) *CWB 22*

Sarkasme kepada atasan merupakan *Inappropriate Communication* (Na-Nan et al., 2020), tetapi tidak ditemukan kalimat eksplisit di lapangan; kasus yang relevan lebih tepat sebagai ketidaksopanan (*CWB24*).

“(Tidak ada.)”

Karena ruang pasar terbuka, komunikasi vertikal yang kurang pantas mudah terpublikasi; pedoman sapaan dan gaya bicara yang menjaga wibawa pemilik penting dalam jam layanan.

22. Berbicara tidak sopan kepada rekan kerja (*Terjadi*) *CWB 23*

Bahasa Pekerja Gen Z di kios Pasar Ciawi kadang menggunakan bahasa yang kurang pantas saat bercakap dengan rekan kerja. Perilaku ini dikategorikan sebagai *Inappropriate Communication* karena ruang pasar bersifat terbuka, sehingga percakapan internal mudah terdengar oleh pelanggan. Sebagaimana R6 mengungkapkan: “Kadang saya kalau ngobrol sama teman pakai bahasa Sunda agak kasar biar akrab.” Hal serupa juga disampaikan oleh R9: “Kadang saya ngomong sama teman pakai bahasa Sunda agak kasar; saya sadar kalau pembeli dengar bisa salah paham.”

Praktik ini menunjukkan bahwa batas antara komunikasi internal dan publik menjadi kabur. Candaan atau diksi kasar yang dimaksudkan untuk

keakraban justru berpotensi merusak citra profesional kios di mata pelanggan. Dampaknya nyata: pelanggan bisa merasa tidak nyaman, bahkan memilih beralih ke kios lain.

Jika kebiasaan ini dibiarkan, risiko reputasi meningkat dan iklim kerja menjadi kurang kondusif. Edukasi sederhana bahwa area depan kios adalah ruang layanan publik dapat membantu mengubah perilaku. Standar bahasa kerja yang netral, pengendalian volume percakapan, serta pemindahan candaan ke ruang belakang atau saat kios sepi adalah langkah praktis untuk menjaga profesionalisme.

Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori *Inappropriate Communication* yang memengaruhi persepsi eksternal dan internal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan pentingnya etika komunikasi di ruang layanan terbuka agar interaksi internal tidak mengganggu pengalaman pelanggan.

23. Berbicara tidak sopan kepada atasan (*Terjadi*) CWB 24

Ketidaksopanan Pekerja Gen Z di kios Pasar Ciawi kadang menunjukkan komunikasi yang kurang pantas kepada pemilik kios. Perilaku ini termasuk kategori *Inappropriate Communication* karena terjadi di area layanan terbuka, sehingga pelanggan dapat mendengar dan menilai interaksi tersebut. Sebagaimana R10 mengakui: “Pernah saya bercanda manggil Ibu Haji ‘gemoy’.” Candaan yang dimaksudkan untuk keakraban justru berpotensi menurunkan wibawa pemilik di hadapan pelanggan. Dalam konteks pasar

tradisional, otoritas pemilik kios merupakan simbol profesionalisme; ketika batas komunikasi kabur, citra usaha ikut terdampak.

Jika kebiasaan ini tidak dikendalikan, risiko konflik interpersonal meningkat dan norma sopan santun kerja melemah. Solusi praktis adalah menetapkan pedoman sapaan dan batas candaan di jam layanan agar keakraban tetap terjaga tanpa mengorbankan garis otoritas.

Secara akademis, perilaku ini termasuk *Inappropriate Communication* yang memengaruhi persepsi eksternal dan internal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan pentingnya menjaga etika komunikasi vertikal di ruang publik untuk mempertahankan citra profesional dan harmoni kerja.

24. Bergosip tentang atasan/bos (*Terjadi*) *CWB 25*

Pekerja Gen Z di kios Pasar Ciawi terkadang melampiaskan rasa kesal terhadap pemilik kios melalui gosip kepada rekan kerja. Perilaku ini termasuk kategori *Inappropriate Communication* karena dapat memperburuk iklim psikologis, menurunkan keterbukaan komunikasi, dan memicu resistensi pasif. Sebagaimana R6 mengungkapkan: “Kalau lagi kesal, saya ngomongin sikap bos ke teman.” Hal serupa juga disampaikan oleh R7: “Kalau saya lagi kesal, saya ngomongin sikap Ibu ke teman dekat.” R9 menambahkan: “Pernah juga ngomongin sikap Ibu kalau saya lagi kesal.”

Fenomena ini menunjukkan bahwa gosip menjadi saluran emosi ketika teguran atau ketidakpuasan tidak disampaikan secara langsung. Dampaknya adalah kaburnya fakta kerja, munculnya subkelompok informal, dan

berkurangnya fokus pada tugas inti seperti penataan display atau pelayanan pelanggan.

Jika kebiasaan ini dibiarkan, energi tim terserap pada percakapan negatif, bukan perbaikan kerja. Solusi yang disarankan adalah menciptakan kanal umpan balik aman dan gaya tegur yang lebih coaching agar keluhan tersampaikan secara konstruktif.

Secara akademis, perilaku ini termasuk *Inappropriate Communication* yang mengganggu kohesi tim dan keberlanjutan operasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) dan Spector et al. (2006) yang menekankan bahwa gosip tentang atasan memperburuk iklim kerja dan menurunkan produktivitas.

25. Bergosip tentang rekan kerja (*Terjadi*) CWB 26

Gosip Pekerja Gen Z di kios Pasar Ciawi juga kerap terlibat dalam percakapan yang berisi gosip tentang rekan kerja atau kios lain. Perilaku ini termasuk kategori *Inappropriate Communication* karena dapat mengganggu kohesi tim, menurunkan keharmonisan, dan merembet ke reputasi pasar bila terdengar oleh pelanggan. Sebagaimana R1 mengungkapkan:

“Suka ngegossip soal kios lain.”

Fenomena ini menunjukkan bahwa gosip menjadi bagian dari interaksi sosial yang dianggap wajar, tetapi dampaknya serius: fokus kerja teralihkan, hubungan antarrekan menjadi renggang, dan potensi konflik meningkat. Ketika percakapan negatif terdengar oleh pelanggan, citra kios ikut menurun, membuat mereka ragu terhadap profesionalisme layanan.

Jika kebiasaan ini dibiarkan, energi tim terserap pada isu personal, bukan pada tugas inti seperti penataan display atau pelayanan pelanggan. Solusi yang disarankan adalah membangun budaya komunikasi yang minim gosip melalui teladan pemilik, fokus pada fakta kerja, dan alih percakapan ke solusi agar energi tim diarahkan ke produktivitas.

Secara akademis, perilaku ini termasuk *Inappropriate Communication* yang mengganggu harmoni kerja dan efektivitas operasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa gosip antarrekan memperburuk iklim kerja dan menurunkan kualitas layanan.

26. Menggunakan telepon kantor untuk urusan pribadi (*Tidak terjadi*) *CWB 27*

Pemakaian telepon kantor untuk urusan pribadi dikategorikan *Inappropriate Communication* (Na-Nan et al., 2020), namun di kios pasar Ciawi tidak relevan karena sarana dominan adalah HP pribadi (lihat *CWB7*).

Kutipan:

“(Tidak ada.)”

Fokus perbaikan diarahkan ke aturan penggunaan HP di area layanan.

27. Temuan Kontekstual (di luar 26 indikator):

1. Komunikasi tidak pantas yang mengenai pelanggan (*Customer facing incivility*) Terjadi

Pekerja Gen Z di kios Pasar Ciawi kadang berbicara dengan diksi kasar ringan atau volume tinggi saat bercanda dengan rekan kerja, dan hal ini terdengar oleh pelanggan. Fenomena ini memperluas cakupan *Inappropriate Communication* karena dampaknya langsung mengenai pihak eksternal, bukan

hanya internal. Sebagaimana R2 mengungkapkan: *“Pernah ada calon pembeli sudah mau masuk ke kios, tapi mungkin dengar cara anakanak ini ngobrol yang agak kasar, eh dia malah belok ke kios sebelah.”* Hal serupa juga disampaikan oleh R5: *“Pernah ada pembeli lewat depan kios, terus dengar dua pekerja ngobrol pakai bahasa Sunda yang agak kurang sopan, pembeli itu langsung belok ke kios sebelah.”* R1 menambahkan: *“Pembelinya langsung minggir, nggak jadi masuk.”*

Fenomena ini menunjukkan bahwa karakter ruang pasar yang terbuka membuat komunikasi internal terpublikasi ke khalayak. Dampaknya serius: pelanggan menghindar, citra kios menurun, dan potensi kehilangan penjualan meningkat. Jika kebiasaan ini dibiarkan, reputasi usaha tergerus dan iklim kerja menjadi kurang profesional.

Solusi praktis adalah menetapkan standar bahasa kerja di area layanan, memisahkan ruang atau momen bercanda, serta memberikan pelatihan singkat tentang etika komunikasi ritel. Dengan demikian, interaksi internal tetap hangat tanpa mengorbankan pengalaman pelanggan.

Secara akademis, perilaku ini termasuk Customer-Facing Incivility, yang menurut Na-Nan et al. (2020) dan Spector et al. (2006) dapat merusak citra organisasi dan mengurangi niat beli pelanggan.

2. Kebocoran kode barang (rahasia modal) Terjadi

Perpindahan Pekerja Gen Z di kios Pasar Ciawi kadang membocorkan informasi sensitif berupa kode modal barang kepada pihak luar atau kios lain. Perilaku ini dikategorikan sebagai *Misuse of Organisational Resources* dalam

bentuk penyalahgunaan informasi, karena melemahkan posisi tawar kios dan menggerus margin keuntungan. Sebagaimana R4 mengungkapkan: *“Kode barang itu rahasia kios, tapi pernah ada anak cerita ke temannya dari kios lain tentang cara baca kode kain di EX.”* Hal serupa juga disampaikan oleh R3: *“Pembeli bisa tahu modal barang berapa, lalu nawar setinggitingginya.”* R6 menambahkan: *“Saya pikir itu cuma informasi umum aja.”* R10 mengakui: *“Saya kasih tahu, soalnya saya pikir itu hal biasa.”*

Fenomena ini menunjukkan bahwa pekerja memandang informasi modal sebagai hal sepele, padahal dampaknya serius: ketika pembeli mengetahui harga modal, mereka menawar pada batas bawah sehingga kios sulit mengambil margin wajar. Jika kebiasaan ini dibiarkan, keberlanjutan usaha terancam dan kepercayaan pemilik terhadap pekerja menurun.

Solusi praktis adalah menetapkan “kontrak psikologis” kerahasiaan, memberikan edukasi tentang dampak finansial kebocoran kode, serta mengingatkan bahwa informasi harga modal adalah aset strategis kios. Secara akademis, perilaku ini termasuk kategori *Misuse of Informational Resources*, yang menurut Na-Nan et al. (2020) dapat merusak daya saing dan keberlanjutan usaha kecil.

3. Manipulasi transaksi nyambut (gelap margin penjualan barang pinjaman) *Terjadi*

Menggelapkan Pekerja Gen Z di kios Pasar Ciawi kadang melakukan praktik menggelapkan selisih penjualan atas barang pinjaman antarkios. Perilaku ini termasuk kategori *Misuse of Organisational Resources* berisiko

tinggi dan juga diklasifikasikan sebagai *CWB Theft*, karena merusak integritas keuangan dan kepercayaan pemilik. Sebagaimana R2 mengungkapkan: *“Keuntungannya mereka simpan sendiri; saya tahunya pas stok dan uang tidak cocok; itu sama saja seperti mencuri, A....”* Hal serupa juga disampaikan oleh R3: *“Pernah anak saya cerita, barang dari kios sebelah dijual, tapi duit keuntungannya nggak masuk pembukuan.”* R4 menambahkan: *“Barang pinjaman dijual, tapi keuntungannya tidak dicatat; Ibu anggap itu termasuk CWB, karena sama saja kaya nyimpen keuntungan sendiri.”* R5 mengonfirmasi: *“Setelah ditelusuri, baru ketahuan kalau barang pinjaman itu dijual tapi tidak dicatat; buat Ibu itu sudah masuk kategori mencuri.”* Dan R7 mengakui: *“Saya tahu itu salah, cuma waktu itu saya mikir, ‘Saya yang capek, masa semuanya harus disetor?’”*

Fenomena ini menunjukkan adanya persepsi keliru bahwa usaha fisik memberi hak atas keuntungan pribadi, padahal barang yang dijual bukan milik pekerja. Dampaknya serius: pendapatan kios bocor, pembukuan tidak sinkron, dan kepercayaan pemilik terhadap pekerja menurun drastis. Jika kebiasaan ini dibiarkan, risiko konflik meningkat dan iklim kerja menjadi tidak sehat.

Secara akademis, perilaku ini sejalan dengan penelitian Na-Nan et al. (2020) dan Spector et al. (2006) yang menekankan bahwa pencurian, baik dalam bentuk barang maupun margin penjualan, merupakan bentuk *CWB* yang paling merusak integritas organisasi dan keberlanjutan usaha.

Tabel 4. 3
Ringkasan Akhir *Counterproductive Work Behaviour*

No	Kode	Status	Kutipan (contoh)	Catatan singkat
1	CWB1	Terjadi	“Kadang istirahat suka lebih dari satu jam.” (R1)	<i>Readiness turun</i>
2	CWB2	Terjadi	“Kalau lagi capek atau main HP, jadi lambat pisan.” (R1)	<i>Slowdown</i>
3	CWB3	Terjadi	“Saya jadi telat lebih dari setengah jam.” (R6)	<i>Tardiness</i>
4	CWB4	Terjadi	“Pulang lebih cepat...” (R2)	Keluar awal
5	CWB5	Terjadi	“Kerja setengah hati...” (R2)	<i>Task neglect</i>
6	CWB6	Terjadi	“...kerja seadanya dulu.” (R8)	<i>Minimum effort</i>
7	CWB7	Terjadi	“Saya buka TikTok...” (R7)	Distraksi HP
8	CWB9	Terjadi	“Nongkrong dulu di terminal.” (R1)	Meninggalkan <i>front</i>
9	CWB10	Terjadi	“Keluar agak lama buat beli jajan.” (R7)	Urusan pribadi

No	Kode	Status	Kutipan (contoh)	Catatan singkat
10	CWB11	Terjadi	“Bilang sakit... jalan-jalan di luar.” (R1)	<i>No-call/No-show</i>
11	CWB12	Terjadi	(Konteks CWB11)	Sakit palsu
12	CWB13	Tidak terjadi	—	Tidak relevan
13	CWB14	Terjadi	“Pakai sandal Ibu...” (R5)	Fasilitas pribadi
14	CWB15	Terjadi	“Ambil hanger...” (R8)	Bawa pulang
15	CWB16	Terjadi	“Kantong plastik.” (R2)	Persediaan pribadi
16	CWB17	Terjadi	“Ngecas HP seharian...” (R5)	Listrik pribadi
17	CWB18	Terjadi	“Untuk bungkus belanjaan pribadi.” (R5)	Boros stok
18	CWB19	Terjadi (kunci)	“Keuntungannya... nggak masuk pembukuan.” (R3)	Pencurian halus (gelap margin 'nyambut')
19	CWB20	Terjadi	“Kursinya keinjek...” (R6)	Tutupi kerusakan
20	CWB21	Tidak terkonfirmasi	—	Tak ada sarkasme

No	Kode	Status	Kutipan (contoh)	Catatan singkat
21	CWB22	Indikasi terbatas	—	Tak ada sarkasme
22	CWB23	Terjadi	“Bahasa Sunda agak kasar...” (R6)	Komunikasi publik (terdengar pelanggan)
23	CWB24	Terjadi	“Manggil Ibu Haji ‘gemoy’.” (R10)	Wibawa turun
24	CWB25	Terjadi	“Ngomongin sikap bos...” (R6)	Iklim negatif
25	CWB26	Terjadi	“Ngegosip soal kios lain.” (R1)	Konflik kecil
26	CWB27	Tidak terjadi	—	Tak ada telepon kantor
—	Kontekstual	Terjadi	“Kode barang... rahasia kios.” (R4)	<i>Misuse informasional</i> (kode barang/rahasia modal)
—	Kontekstual	Terjadi	“Calon pembeli dengar ngobrol agak kasar... belok ke kios sebelah.” (R2)	Komunikasi tidak pantas kepada pelanggan (citra & penjualan turun)

Sumber : Data di olah peneliti tahun 2025

Dari tabel 4.3 di atas temuan lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar bentuk *CWB* dalam kerangka Na-Nan et al. (2020) memang terjadi di UKM Pasar Ciawi. Pada dimensi *Poor Behaviour*, indikasi kuat muncul pada keterlambatan (*CWB3*), pulang lebih awal (*CWB4*), *slowdown* kerja (*CWB2*), meninggalkan *front* (*CWB9*), menyisipkan urusan pribadi (*CWB10*), serta penggunaan media sosial saat jam layanan (*CWB7*) termasuk memperpanjang istirahat (*CWB1*) yang menurunkan kesiapsiagaan layanan. Pada dimensi *Misuse of Organisational Resources*, praktik penggunaan fasilitas/persediaan kios untuk kepentingan pribadi (*CWB14/16/17/18*) dan bentuk manipulasi transaksi “nyambut” (*CWB19*) yakni gelap margin penjualan barang pinjaman tampak menonjol dan paling merugikan secara finansial. Pada dimensi *Inappropriate Communication*, bahasa tidak sopan antarrekan (*CWB23*) dan ketidaksopanan kepada atasan (*CWB24*) terlihat nyata, dengan konsekuensi langsung terhadap citra kios karena percakapan mudah terdengar pelanggan di ruang pasar yang terbuka. Selain itu, temuan kontekstual penting juga muncul, yakni komunikasi tidak pantas yang mengenai pelanggan (*customer-facing incivility*) dan kebocoran “kode barang” (rahasia modal) sebagai bentuk *misuse* informasional yang melemahkan posisi tawar dan menggerus margin.

Adapun yang tidak (atau belum) terkonfirmasi terjadi dari daftar indikator adalah datang bekerja dalam keadaan mabuk (*CWB13*), sarkasme eksplisit kepada rekan/atasan (*CWB21–CWB22*), serta penggunaan telepon kantor untuk urusan pribadi (*CWB27*) yang tidak relevan di konteks kios (karena perangkat dominan adalah *handphone* pribadi). Temuan ini

menandakan bahwa profil *CWB* di pasar tradisional lebih didominasi oleh pelanggaran kedisiplinan waktu/fokus, *misuse* aset fisik maupun informasi, dan komunikasi tidak pantas alih-alih bentuk deviasi yang berasosiasi dengan infrastruktur formal tertentu (misalnya “telepon kantor”) atau budaya kerja yang toleran terhadap alkohol.

Secara keseluruhan, karakter ruang layanan terbuka, minimnya pengawasan fisik pemilik, dan norma kekeluargaan yang permisif menjelaskan mengapa perilaku kontra-produktif yang paling menonjol di Pasar Ciawi berpusat pada readiness layanan, integritas alur transaksi pinjam-jual (nyambut), penggunaan aset kios, serta etika komunikasi di area depan. Konteks ini memperkuat urgensi perbaikan berbasis rekayasa komunikasi yang aman secara psikologis, SOP ringan untuk pinjam-jual-catat-setor dan kerahasiaan kode barang, serta penegakan kebiasaan kerja dasar (jadwal istirahat, batas keluar, target housekeeping) agar citra kios dan margin harian tetap terjaga.

4.3.2 Faktor Pemicu *CWB* oleh Pekerja Gen Z di UKM Pasar Ciawi

A. *Job Stressors* (Stres Kerja)

Pekerja Gen Z di kios Pasar Ciawi sering menghadapi tekanan kerja yang bersumber dari ritme pasar yang fluktuatif, tuntutan presisi tinggi, dan kejenuhan saat kios sepi. Beban ini memicu perilaku kontra-produktif seperti bekerja lambat, asal beres, atau menggunakan media sosial di jam layanan. Sebagaimana R7 mengungkapkan: “Pembeli cerewet itu bikin capek, A... apalagi yang nawar nggak masuk akal.” R7 juga menambahkan: “Saya pilih

cepat-cepat pergi kerja biar nggak makin ribut; tapi efeknya... kerja saya jadi malas, A..., ngelayanin pembeli jadi asal-asalan.” Hal serupa disampaikan oleh R8: *“Kalau kios lagi sepi itu jenuh pisan, A... dan kalau ada masalah di rumah, saya suka dibawa ke kerjaan; jadinya saya malas beberes, lipatan baju asal saja.”* R9 menekankan tuntutan presisi: *“Ngukur kain itu harus teliti pisan, A... kalau pikiran kemana-mana suka salah beberapa centimeter.”* R10 menambahkan: *“Kalau lagi capek, semangatnya turun; pernah salah nyatet harga, pembeli bayar kurang tapi saya nggak sadar.”*

Fenomena ini menunjukkan bahwa stresor kerja di pasar tradisional bukan hanya soal volume tugas, tetapi juga dinamika ritme (ramai–sepi), tuntutan presisi, dan interaksi dengan pelanggan yang kadang agresif. Pada fase sepi, kejenuhan mendorong distraksi seperti HP-an; pada fase ramai, kelelahan fisik memicu penurunan tempo dan kesalahan kecil. Ambiguitas peran (siapa jaga depan vs siapa beberes belakang) mempertebal tekanan psikologis harian.

Secara akademis, temuan ini sejalan dengan literatur Na-Nan et al. (2020) dan Spector et al. (2006) yang menegaskan bahwa stresor kerja berhubungan erat dengan munculnya *Poor Behaviour* seperti slowdown, task neglect, dan penggunaan media sosial saat bekerja.

B. *Organizational Injustice* (Ketidakadilan Organisasi)

Pekerja Gen Z di kios Pasar Ciawi kerap merasakan ketidakadilan dalam pembagian tugas, upah, dan cara teguran. Persepsi ini memicu perilaku kontra-produktif sebagai bentuk kompensasi psikologis atau resistensi pasif.

Sebagaimana R7 mengungkapkan: *“Kerjaan saya banyak tapi ya gitu-gitu aja (upah).”* Hal serupa disampaikan oleh R8: *“Saya udah beberes banyak, tapi teman lain cuma duduk; upah mah standar pasar, cuma saya kadang ngerasa kerja lebih banyak tapi hasilnya tetap.”* R9 menambahkan: *“Kadang kalau ramai, saya yang ngukur terus, sementara teman bagian jaga luar; capek pisan.”*

Fenomena ini menunjukkan bahwa ketimpangan beban kerja dan upah standar yang dirasa tidak proporsional membentuk persepsi ketidakadilan distributif dan prosedural. Pada pekerja Gen Z, sensitivitas terhadap keadilan memperkuat tafsir bahwa perilaku menyimpang kecil adalah “kompensasi”, misalnya mengambil plastik, menggunakan fasilitas kios, atau bahkan menggelapkan margin penjualan barang pinjaman.

Narasi “kompensasi kecil” muncul eksplisit, seperti yang diungkapkan R8: *“Kita nganggep itu ‘kompensasi kecil’ lah karena kerjaan banyak tapi gajinya pas-pasan.”* R7 juga mengakui: *“Saya tahu itu salah, cuma waktu itu saya mikir, ‘Saya yang capek, masa semuanya harus disetor?’”*

Jika persepsi ketidakadilan ini dibiarkan, risiko munculnya *CWB* aktif maupun pasif meningkat. Solusi praktis adalah transparansi pembagian tugas, komunikasi partisipatif, dan gaya teguran yang lebih menghargai agar rasa keadilan terjaga.

Secara akademis, temuan ini sejalan dengan Spector et al. (2006) dan Na-Nan et al. (2020) yang menekankan bahwa persepsi ketidakadilan organisasi berkorelasi kuat dengan munculnya perilaku kontra-produktif.

C. *Negative Emotions & Threats to Self-Esteem* (Emosi Negatif & Ancaman Harga Diri)

Pekerja Gen Z di kios Pasar Ciawi sangat sensitif terhadap teguran keras, terutama jika dilakukan di area publik. Emosi negatif seperti marah, tersinggung, atau malu memicu penurunan performa dan perilaku kontra-produktif pasif, misalnya bekerja seadanya, lambat, atau menghindar. Sebagaimana R8 mengungkapkan: *“Kalau nada suara naik dikit aja, langsung kepikiran sampai pulang; kalau udah begitu, saya kerja seadanya dulu.”* Hal serupa disampaikan oleh R9: *“Ditegur di depan pembeli... kerja saya langsung drop; beberes jadi lambat, saya jadi pengen diem aja.”* R10 menambahkan: *“Saya anaknya sensitif; kalau nada suara naik sedikit aja kepikiran sampai malam; habis itu kerja jadi lemes, ngerjain apa pun pelan-pelan.”* R6 memberikan saran terkait gaya teguran: *“Mungkin kasih aturan jelas aja, terus kalau negur itu jangan di depan pembeli; Gen Z mah kalau ditegur keras suka makin down, terus kerjaan jadi nggak maksimal.”*

Selain teguran, masalah pribadi juga memicu emosi negatif yang terbawa ke kerja. R7 mengungkapkan: *“Saya lagi berantem sama adik... efeknya kerja saya jadi malas, ngelayanin pembeli jadi asal-asalan.”* R9 menambahkan: *“Kadang rumah lagi ribut... saya cepat-cepat berangkat kerja biar nggak denger; tapi efeknya ya ada... ngukur kain suka salah beberapa centimeter.”*

Fenomena ini menunjukkan bahwa ancaman harga diri akibat teguran di ruang publik dan spillover masalah keluarga mempertebal beban emosi,

sehingga presisi tugas menurun dan muncul *CWB* pasif. Temuan ini mendukung *Stress-Emotion Model* (Spector et al., 2006; Alqhaiwi et al., 2024; Na-Nan et al., 2020) yang menjelaskan bahwa emosi negatif memediasi pengaruh stresor terhadap perilaku kontra-produktif.

D. Catatan Kondisional Ketiadaan Pengawasan Fisik & Budaya Permisif

Pekerja Gen Z di kios Pasar Ciawi cenderung memanfaatkan momen ketika pemilik kios tidak berada di tempat untuk melakukan aktivitas non-kerja, seperti keluar diam-diam atau menggunakan ponsel dalam waktu lama. Budaya kekeluargaan yang longgar memperkuat perilaku ini, sehingga menjadi peluang bagi munculnya *CWB*. Sebagaimana R7 mengungkapkan: “Kalau bos nggak ada, saya keluar agak lama buat beli jajan.” R10 menambahkan: “Kalau Ibu nggak ada, saya lebih santai; kadang duduk lama sambil buka TikTok.”

Fenomena ini menunjukkan bahwa ketiadaan pengawasan fisik tidak berdiri sendiri, tetapi mempercepat ekspresi dari faktor pemicu utama seperti stres kerja, ketidakadilan, dan emosi negatif. Ketika pengawasan longgar, perilaku seperti meninggalkan kios, memperpanjang jeda, atau mengabaikan tugas menjadi lebih sering terjadi.

Secara akademis, kondisi ini berperan sebagai *opportunity factor* yang memperkuat hubungan antara stresor dan perilaku kontra-produktif, sejalan dengan teori perilaku organisasi yang menekankan pentingnya kontrol situasional untuk menekan *CWB* (Na-Nan et al., 2020).

Tabel 4. 4
Ringkasan Faktor Pemicu *CWB* pada Pekerja Gen Z (UKM Pasar Ciawi)

No	Faktor Pemicu (Kerangka Na-Nan, 2020)	Status di Pasar Ciawi	Indikator/ Konteks Lapangan	Kutipan (Inisial)	Catatan
1	<i>Job Stressors</i> (stres kerja)	Terjadi	Ritme naik-turun; tuntutan presisi; kebosanan saat sepi; beban fisik saat ramai	“Pembeli cerewet bikin capek...” (R7) · “Jenuh saat sepi...” (R8) · “Ngukur harus teliti pisan...” (R9) · “Capek, salah catat...” (R10)	Mendorong <i>Poor Behaviour</i> : lambat, asal beres, HP-an
2	<i>Organizational Injustice</i> (ketidakadilan)	Terjadi	Ketimpangan beban/tugas; upah dianggap “paspasan”; rasa tidak dihargai	“Kerjaan banyak tapi upah tetap.” (R7) · “Saya beberes banyak, teman duduk.” (R8) · “Saya ngukur terus.” (R9)	Memicu kompensasi kecil → <i>misuse</i> (plastik, fasilitas, margin pinjaman)
3	<i>Negative Emotions & Threats to Self-Esteem</i>	Terjadi (dominan)	Teguran keras/di publik; sensitifitas Gen Z; spillover masalah keluarga	“Nada naik dikit... kerja seadanya.” (R8) · “Tegur di depan pembeli... drop.” (R9) · “Sensitif... kepikiran seharian.” (R10)	Mediasi kuat → <i>CWB pasif</i> : lambat, disengagemen t

				“Jangan negur di depan pembeli.” (R6)	
--	--	--	--	---	--

Sumber : Data di olah peneliti 2025

ketiga faktor pemicu dari kerangka Na-Nan et al. (2020) *Job Stressors*, *Organizational Injustice*, dan *Negative Emotions & Threats to Self-Esteem* terbukti terjadi di Pasar Ciawi, dengan emosi negatif/ancaman harga diri tampak paling dominan memediasi kemunculan *CWB* pasif (lambat, bekerja seadanya, menghindari). Stresor kerja muncul dari ritme layanan yang naik-turun, tuntutan ketelitian tinggi (misal mengukur kain), dan kejenuhan saat sepi; sedangkan ketidakadilan organisasi dipersepsikan pada ketimpangan beban/ tugas dengan upah “paspasan”, yang mendorong narasi kompensasi kecil melalui misuse. Menariknya, ketiadaan target kinerja agresif (yang lazim di sektor formal) tidak mengurangi intensitas *CWB*; sebaliknya, gaya teguran yang keras/ di ruang publik dan sensitivitas Gen Z justru menjadi pemantik kuat turunnya *effort* kerja.

Di luar kerangka, beberapa temuan baru kontekstual muncul. Pertama, kebocoran “kode barang” (rahasia modal) sebagai bentuk *misuse* informasional mengakibatkan posisi tawar melemah dan margin tergerus; praktik ini tidak dieksplisitkan dalam daftar indikator Na-Nan namun relevan pada UKM pasar yang bergantung pada keunggulan informasi sederhana. Kedua, “pencurian halus” atas margin barang pinjaman menguat sebagai modus khas kolaborasi antar-kios yang longgar (meski secara konsep masih

berada di bawah payung *theft/misuse*). Ketiga, kondisi penguat berupa ketiadaan pengawasan fisik pemilik dan budaya kekeluargaan yang permisif mempercepat ekspresi *CWB* (HP-an, keluar diam-diam, menunda tugas). Keempat, rendahnya literasi bisnis/ketidaktahuan dampak (misal tentang kode barang) berperan sebagai celah kognitif yang mendorong deviasi instrumenil, walau bukan “niat jahat” murni.

Secara keseluruhan, profil *CWB* di Pasar Ciawi memperlihatkan dominasi perilaku kontra-produktif yang kontekstual terhadap ruang layanan terbuka dan praktik operasional UKM: komunikasi internal yang terpublikasi, misuse aset (termasuk aset informasi), dan respon emosional Gen Z terhadap gaya teguran tradisional.

Temuan ini memperkuat kerangka Na-Nan et al. (2020) sekaligus memperluasnya ke aspek-aspek informasional dan spasial yang khas pasar tradisional Indonesia. Implikasinya, bahwa pengelolaan *CWB* di pasar tradisional bukan hanya soal aturan dan sanksi, tetapi juga rekayasa komunikasi yang aman secara psikologis, penguatan kontrak psikologis kerahasiaan, dan SOP mini yang selaras dengan dinamika kolaborasi antar-kios.

4.3.3 Sintesis Jawaban Penelitian (Bentuk *CWB* terhadap Faktor Pemicu)

Temuan Sintesis ini mengintegrasikan temuan (bentuk-bentuk *CWB* yang terjadi/tidak terjadi) dengan (faktor pemicu *CWB* pada pekerja Gen Z) di UKM Pasar Ciawi. Secara umum, pola yang muncul konsisten: stres kerja dan emosi negatif/ancaman harga diri mengalir ke *poor behaviour* (lambat,

minimum effort, meninggalkan front, penggunaan gawai saat jam layanan, dan termasuk memperpanjang istirahat); sedangkan ketidakadilan organisasi mendorong deviasi instrumental berupa *misuse* sampai manipulasi transaksi nyambut (gelap margin barang pinjaman). Pada konteks pasar tradisional, ketiadaan pengawasan fisik dan norma kekeluargaan yang permisif bertindak sebagai kondisi penguat yang mempercepat ekspresi perilaku kontra-produktif di titik layanan.

Tabel 4.4 memetakan setiap bentuk *CWB* yang teramati di lapangan kepada faktor pemicu dominan, disertai kutipan satu kalimat utuh sebagai bukti dan mekanisme/implikasi praktis yang relevan. Pemetaan ini memperlihatkan jalur sebab-akibat yang berulang: ritme kerja fluktuatif, tuntutan presisi, kejenuhan pada jam sepi, serta pengalaman emosional setelah teguran bernada keras di ruang layanan terbuka mendorong *poor behaviour* (termasuk *CWB1* – istirahat melebar); sementara persepsi ketidakadilan atas beban/tugas dan upah “paspasan” cenderung termanifestasi sebagai *misuse* hingga manipulasi ‘nyambut’ pada margin penjualan barang pinjaman. Temuan kontekstual khas pasar kebocoran “kode barang” dan komunikasi tidak pantas kepada pelanggan menunjukkan perluasan dampak *CWB* ke ranah aset informasi dan interaksi pelanggan, yang tidak dieksplisitkan dalam daftar indikator Na-Nan et al. (2020).

Berikut merupakan tabel penjelasan matriks bentuk *counterproductive work behaviour* yang dipengaruhi oleh faktor pemicu di UKM Pasar Ciawi Tasikmalaya :

Tabel 4. 5
Matriks Bentuk *CWB* dipengaruhi Faktor Pemicu (UKM Pasar Ciawi)

Bentuk <i>CWB</i> (konkret di pasar)	Status	Faktor Pemicu Dominan	Kutipan Representatif (Inisial)	Mekanisme/ Implikasi Praktis
Istirahat/melebar (<i>CWB1</i>)	Terjadi	<i>Job Stressors</i> (jenuh saat sepi), <i>Opportunity</i> (owner tak ada)	“Kadang istirahat suka lebih dari satu jam.” (R1)	Readiness turun; perlu jadwal istirahat bergilir, batas durasi, dan monitoring ringan.
<i>Slowdown</i> kerja (<i>CWB2</i>)	Terjadi	<i>Job Stressors</i> , <i>Negative Emotions</i>	“Kalau lagi capek atau main HP, jadi lambat pisan.” (R1) “Kalau nada suara naik dikit aja... saya kerja seadanya dulu.” (R8)	Ritme naik-turun + teguran keras → effort turun; perlu target housekeeping & coaching empat mata.
Datang terlambat (<i>CWB3</i>)	Terjadi	<i>Job Stressors</i> (<i>spillover</i> keluarga)	“Kalau lagi banyak urusan keluarga, saya jadi telat lebih dari setengah jam.” (R6)	Kesiapan pagi turun; perlu kebiasaan hadir tepat waktu & penjadwalan tugas pembuka.
Pulang lebih awal (<i>CWB4</i>)	Terjadi	<i>Job Stressors</i> (kelelahan)	“Pulang juga kadang lebih cepat, bilangnya mau beli sesuatu tapi lama baliknya.” (R2)	Kapasitas layanan berkurang pada jam aktif; perlu aturan keluar & rotasi front/back.
Media sosial saat kerja (<i>CWB7</i>)	Terjadi (masif)	<i>Job Stressors</i> (jenuh), <i>Opportunity</i> (owner tak ada)	“Kalau kios lagi sepi, saya buka TikTok, WA, atau upload story.” (R7)	Readiness turun; tetapkan aturan HP di jam layanan + sasaran housekeeping per jam.
Meninggalkan front (<i>CWB9</i>)	Terjadi	<i>Job Stressors</i> , <i>Opportunity</i>	“Pernah... bilang mau ke kamar mandi, tapi ternyata nongkrong dulu di terminal.” (R1)	Kios kosong sementara; perlu izin eksplisit & batas durasi keluar.

Urusan pribadi saat kerja (CWB10)	Terjadi	<i>Job Stressors, Opportunity</i>	“Hampir tiap hari... ke terminal beli es... atau ketemu pacar sebentar.” (R8)	Jam efektif berkurang; atur jeda personal terjadwal & pembagian tugas jelas.
Absen tanpa pemberitahuan (CWB11/12)	Terjadi	<i>Job Stressors, Organizational Injustice</i> (persepsi)	“Bilang sakit tapi ternyata ketemu sedang jalan-jalan di luar.” (R1)	Keandalan operasi menurun; perlu standar komunikasi absen & opsi izin fleksibel.
Misuse fasilitas kecil (CWB14/16/17/18)	Terjadi	<i>Organizational Injustice</i> (narasi “kompensasi kecil”)	“Mereka suka... bahkan kantong plastik.” (R2) · “Ngecas HP seharian di kios.” (R5)	Biaya siluman & stok cepat habis; tetapkan batas pemakaian, izin lisan, transparansi biaya.
Manipulasi transaksi ‘nyambut’ (CWB19)	Terjadi (kunci)	<i>Organizational Injustice</i> (kompensasi), Opportunity	“Barang dari kios sebelah dijual, tapi duit keuntungannya nggak masuk pembukuan.” (R3) · “Saya mikir, ‘Saya yang capek, masa semuanya harus disetor?’” (R7)	Gelap margin barang pinjaman; perlu SOP mini pinjam-jual-catat-setor + audit kas harian.
Menutupi kerusakan (CWB20)	Terjadi	<i>Negative Emotions</i> (hindari teguran)	“Kursi plastik patah... jadi bilangnya kursinya keinjek anak pembeli.” (R6)	Pengalihan cerita hambat perbaikan; tegakkan budaya kejujuran & prosedur pencegahan.
Tidak sopan ke rekan (CWB23)	Terjadi	<i>Negative Emotions, Norma santai</i>	“Ngobrol... pakai bahasa Sunda agak kasar biar akrab.” (R6)	Komunikasi internal jadi publik; perlu standar bahasa kerja di area depan.
Tidak sopan ke atasan (CWB24)	Terjadi	<i>Negative Emotions, Norma santai</i>	“Pernah... panggil Ibu PN ‘gemoy’.” (R10)	Wibawa usaha turun; perlu pedoman sapaan & batas candaan saat layanan.

Gosip tentang atasan (CWB25)	Terjadi	<i>Organizational Injustice, Negative Emotions</i>	“Kalau lagi kesel, saya ngomongin sikap bos ke teman.” (R6)	Iklim psikologis memburuk; siapkan kanal umpan balik aman & gaya tegur <i>coaching</i> .
Gosip tentang rekan (CWB26)	Terjadi	Norma santai	“Suka ngegosip soal kios lain.” (R1)	Fokus kerja terpecah; dorong komunikasi berbasis fakta/solusi.
Komunikasi tidak pantas kepada pelanggan (<i>temuan kontekstual</i>)	Terjadi	<i>Negative Emotions</i> , Norma santai, Ruang layanan terbuka	“Calon pembeli dengar ngobrol agak kasar... belok ke kios sebelah.” (R2) · “Dengar pekerja ngobrol kurang sopan, langsung belok.” (R5)	Komunikasi internal “terpublikasi” → citra & penjualan turun; perlu standar bahasa area depan + pelatihan etika layanan.
Kebocoran kode barang (rahasia modal) (<i>temuan kontekstual</i>)	Terjadi	<i>Lack of awareness</i> , Norma kolaborasi longgar	“Kode barang itu rahasia... tapi pernah anak cerita cara baca.” (R4) · “Saya pikir itu cuma informasi umum aja.” (R6)	Misuse informasional → posisi tawar lemah; perlu kontrak psikologis kerahasiaan & edukasi dampak finansial.

Sumber : Data di olah peneliti tahun 2025

Pemetaan di atas menegaskan rantai yang konsisten: stres kerja dan emosi negatif mendorong *poor behaviour* (termasuk istirahat melebar CWB1, minimum effort, lambat, meninggalkan front, HP-an), sedangkan ketidakadilan mengalir ke misuse hingga manipulasi atau nyambut, karakter ruang layanan terbuka memperluas dampak komunikasi tidak pantas ke citra dan penjualan. Kebocoran kode barang melengkapi lanskap CWB dengan dimensi informasi yang sangat sensitif pada konteks UKM pasar.

berangkat dari faktor pemicu dan merangkum kelompok perilaku yang paling sering muncul ketika faktor tersebut mengemuka. *Job Stressors* (denyut kerja fluktuatif, tuntutan presisi, beban fisik saat ramai) lazim memunculkan pelemahan disiplin waktu/fokus (*slowdown*, telat, pulang cepat, meninggalkan front, urusan pribadi, salah catat/salah ukur, serta istirahat melebar). *Organizational Injustice* cenderung tampil sebagai deviasi instrumentil atau “kompensasi kecil” (pemakaian aset kecil kios, margin nyambut yang tidak disetor, gosip tentang atasan). *Negative Emotions & Threats to Self-Esteem* terbukti sebagai penghubung paling kuat dari teguran bernada keras terutama di area depan yang terdengar publik menuju *CWB* pasif (tempo melambat, inisiatif turun, kerja seadanya) serta komunikasi tidak pantas.

Tabel 4. 6
Ringkasan Faktor Pemicu berdampak terhadap Bentuk *CWB*

Faktor Pemicu (Kerangka Na-Nan, 2020)	Bentuk <i>CWB</i> yang Umum Muncul	Kutipan (Inisial)	Benang Merah Mekanisme
<i>Job Stressors</i> (stres kerja)	Istirahat melebar (<i>CWB1</i>), Slowdown (<i>CWB2</i>), telat (<i>CWB3</i>), pulang cepat (<i>CWB4</i>), HP-an (<i>CWB7</i>), meninggalkan front (<i>CWB9</i>), urusan pribadi (<i>CWB10</i>), salah catat/salah ukur	“Jenuh saat sepi...” (R8) · “Ngukur harus teliti pisann...” (R9) · “Kalau lagi capek... salah nyatet harga.” (R10)	Ritme naik-turun + tuntutan presisi → kelelahan/jenuh → Poor Behaviour.
<i>Organizational Injustice</i> (ketidakadilan)	Misuse aset kecil (<i>CWB14/16/17/18</i>), manipulasi ‘nyambut’ (<i>CWB19</i>), gosip atasan (<i>CWB25</i>),	“Kerjaan banyak tapi upah tetap.” (R7) · “Saya bebers banyak, teman duduk.” (R8) · “Saya	Persepsi “tidak adil” → kompensasi kecil (misuse/theft) & resistensi pasif.

	absen no-show (CWB11/12)	ngukur terus.” (R9)	
<i>Negative Emotions & Threats to Self-Esteem</i>	Minimum effort (CWB6), slowdown (CWB2), tidak sopan (CWB23/24), menutup kerusakan (CWB20), gosip (CWB25), komunikasi tidak pantas kepada pelanggan (temuan kontekstual), disengagement	“Tegur di depan pembeli... kerja langsung drop.” (R9) · “Sensitif... kepikiran seharian.” (R10)	Teguran keras/di ruang publik → ancaman harga diri → CWB pasif & komunikasi tidak pantas.

Sumber :Data di Olah Peneliti Tahun 2025

Secara garis besar, tiga faktor kerangka Na-Nan beroperasi seperti “mesin penggerak” dengan keluaran yang berbeda: stres kerja mendorong pelemahan disiplin dan fokus (termasuk istirahat melebar), ketidakadilan menyalakan kompensasi instrumentil, dan emosi negatif/ancaman harga diri menurunkan effort melalui respons pasif dan ekspresi komunikasi yang kurang pantas. Ketika kondisi penguat seperti ketiadaan pengawasan fisik dan norma kekeluargaan longgar hadir, ekspresi ketiga jalur tersebut menjadi lebih cepat dan nyata pada titik layanan.

Menyisir bentuk-bentuk CWB yang tidak atau terbatas terjadi di Pasar Ciawi. Absennya pekerja yang datang dalam keadaan mabuk menunjukkan pengaruh norma kesopanan kerja dan kontrol sosial pasar; tidak ditemukannya sarkasme eksplisit kepada rekan/atasan menunjukkan bahwa persoalan komunikasi lebih tepat dipahami sebagai bahasa kasar ringan (CWB 23); dan tak relevannya telepon kantor menegaskan bahwa perangkat komunikasi dominan adalah gawai pribadi, sehingga perhatian intervensi diarahkan ke aturan penggunaan HP di area layanan.

Tabel 4. 7
Bentuk *CWB* yang Tidak/Terbatas Terjadi (Konteks Pasar Ciawi)

Bentuk <i>CWB</i>	Status	Alasan/Konteks	Catatan (Inisial/Kutipan)
Datang bekerja dalam keadaan mabuk (<i>CWB13</i>)	Tidak terjadi	Norma kesopanan kerja lokal; tidak ada bukti di transkrip	—
Sarkasme eksplisit ke rekan (<i>CWB21</i>)	Tidak terkonfirmasi	Bukti dominan adalah “bahasa kasar ringan” (masuk <i>CWB23</i>)	—
Sarkasme eksplisit ke atasan (<i>CWB22</i>)	Indikasi terbatas	Kasus relevan lebih tepat dikategorikan sebagai <i>CWB24</i> (tidak sopan)	—
Menggunakan telepon kantor (<i>CWB27</i>)	Tidak terjadi	Tidak ada “telepon kantor”; yang terjadi adalah HP pribadi (<i>CWB7</i>)	—

Sumber : Data di olah peneliti tahun 2025

Profil *CWB* di Pasar Ciawi tidak menonjol pada deviasi yang bergantung pada infrastruktur formal atau budaya permisif alkohol, melainkan pada disiplin waktu/fokus, misuse aset (termasuk informasi), dan komunikasi publik yang memengaruhi pengalaman pelanggan dan hasil penjualan. Penegasan batas konteks ini menajamkan rekomendasi intervensi: stres kerja berpengaruh terhadap penguatan disiplin waktu/fokus (termasuk pengaturan istirahat); ketidakadilan berpengaruh terhadap pencegahan kompensasi kecil dan SOP mini alur pinjam-jual-catat-setor; emosi negatif mempengaruhi pemulihan *effort* melalui penguatan *psychological safety*; serta tata tertib layanan untuk mereduksi efek kondisi penguat.

Pengelolaan *CWB* di UKM Pasar Ciawi memerlukan kombinasi rekayasa komunikasi yang aman secara psikologis (menghindari teguran publik, *coaching* empat mata, umpan balik spesifik), penataan peran dan transparansi tugas/upah untuk meredakan persepsi ketidakadilan, serta SOP ringan yang menutup celah deviasi instrumentil (terutama pinjam-jual-catat-setor dan kerahasiaan kode barang).

Temuan kontekstual komunikasi tidak pantas kepada pelanggan dan kebocoran kode barang bersama manipulasi transaksi nyambut, menegaskan bahwa deviasi pada konteks UKM pasar tradisional tidak hanya menysar aset fisik, tetapi juga informasi dan wajah layanan di ruang publik. Sintesis ini menjadi landasan bagi Bab 4.4 Analisis Hasil Penelitian untuk menautkan hasil empiris ke tinjauan pustaka dan menegaskan kontribusi kebaruan pada konteks UKM pasar tradisional di Indonesia.

4.4 Analisis Hasil Penelitian

4.4.1 Analisis Pemaknaan Pemilik UKM terhadap Perilaku Kontra-Produktif

Sub-bab ini menganalisis bagaimana pemilik UKM di Pasar Ciawi memaknai perilaku kontra-produktif (*Counterproductive Work Behaviour/CWB*) pekerja Generasi Z. Analisis ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk mengomparasikan kerangka teoritis Na-Nan et al. (2020) dan Spector et al. (2006) dengan realitas kontekstual di lapangan.

Analisis menemukan bahwa pemilik kios tidak memaknai *CWB* sebagai perilaku statis, melainkan sebagai eskalasi pelanggaran yang dipicu oleh

kegagalan adaptasi budaya antara nilai modern Gen Z dan ekosistem tradisional pasar.

A. Rekonstruksi Makna *Misuse of Resources*: Dari Pelanggaran Administratif Menjadi "Pencurian Halus" (Fenomena Nyambut)

Secara teoritis, Na-Nan et al. (2020) mendefinisikan *Misuse of Organisational Resources* sebagai penggunaan aset fisik (seperti kertas, listrik, atau peralatan) untuk kepentingan pribadi. Namun, di Pasar Ciawi, dimensi ini mengalami pergeseran makna yang signifikan.

- 1) Apa yang Terjadi (Temuan Lapangan): Pemilik kios di Pasar Ciawi menghadapi fenomena spesifik di mana pekerja melakukan manipulasi pada transaksi Nyambut (sistem pinjam barang antar-kios). Pekerja menjual barang pinjaman tersebut, namun margin keuntungannya disimpan sendiri tanpa dilaporkan kepada pemilik.
- 2) Sintesis Komparatif dengan Teori: Dalam literatur *CWB*, Spector et al. (2006) membedakan antara penyalahgunaan (*misuse*) dan pencurian (*theft*) (Hollinger & Clark, 1983). Di Pasar Ciawi, batas ini menjadi kabur. Pemilik kios memaknai tindakan ini bukan sekadar *misuse*, melainkan sebagai tindakan kriminal atau Pencurian Halus. Pemilik merasa dikhianati karena sistem Nyambut di pasar tradisional dibangun di atas modal sosial (kepercayaan), bukan kontrak tertulis. Ketika pekerja Gen Z memanipulasi ini, mereka merusak fondasi kepercayaan antar-pedagang yang menjadi nyawa pasar tradisional.

3) Analisis Kontekstual (Mengapa terjadi di Pasar Ciawi?): Hal ini terjadi karena adanya Kesenjangan Pemaknaan (*Meaning Gap*) mengenai konsep Hak. Pekerja Gen Z, yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap keadilan (*equity sensitivity*), menafsirkan margin tersembunyi tersebut sebagai "kompensasi informal" atas beban kerja fisik yang berat namun bergaji rendah (Kidwell & Kochanowski, 2005). Ketiadaan sistem pencatatan stok yang *real-time* di UKM Pasar Ciawi menciptakan *opportunity* (peluang) yang memungkinkan rasionalisasi perilaku ini terjadi tanpa terdeteksi segera.

B. Transformasi *Inappropriate Communication*: Dari Konflik Interpersonal Menjadi "Sabotase Finansial"

Teori Na-Nan et al. (2020) mengklasifikasikan komunikasi tidak pantas (*Inappropriate Communication*) sebagai perilaku yang merusak keharmonisan hubungan kerja, seperti bergosip atau berkata kasar kepada rekan kerja (Robinson & Bennett, 1995) dan (Ones, 2018). Target utamanya adalah internal organisasi (Lavelle et al., 2018).

- 1) Apa yang Terjadi (Temuan Lapangan): Di Pasar Ciawi, pemilik kios tidak melihat komunikasi kasar pekerja (seperti berteriak atau menggunakan bahasa pergaulan kasar) sebagai masalah internal semata. Mereka memaknainya sebagai penyebab langsung hilangnya pelanggan (loss of sales).
- 2) Sintesis Komparatif dengan Teori: Temuan ini menantang batasan teori Na-Nan et al. (2020). Di UKM Pasar Ciawi, *CWB* komunikasi bermutasi

dari *CWB*-Interpersonal (menyerang orang lain) menjadi *CWB*-Organizational (merusak bisnis). Pemilik memaknai "mulut pekerja" sebagai etalase toko. Ketidaksopanan pekerja dimaknai sebagai sabotase citra usaha.

- 3) Analisis Kontekstual (Mengapa terjadi di Pasar Ciawi?): Penyebab utamanya adalah Arsitektur Ruang Terbuka (Open Space) pasar tradisional. Berbeda dengan kantor atau pabrik yang memiliki sekat, kios di Pasar Ciawi bersifat terbuka dan berhimpitan. Batas antara "panggung depan" (front stage atau area layanan) dan "panggung belakang" (back stage atau area istirahat) sangat bias. Akibatnya, komunikasi internal pekerja Gen Z yang cenderung ekspresif dan informal langsung menjadi konsumsi publik, mengusir pembeli yang sensitif terhadap etika kesopanan budaya lokal Sunda.

C. Kebocoran Aset Intelektual (*Knowledge Leakage*): Defisit Literasi Bisnis

Salah satu temuan kontekstual yang tidak ada dalam instrumen Na-Nan et al. (2020) adalah kebocoran "Kode Barang" (rahasia harga modal).

- 1) Apa yang Terjadi (Temuan Lapangan): Pekerja Gen Z dengan mudah membagikan informasi kode harga modal kepada pihak luar atau teman, yang mengakibatkan posisi tawar pemilik menjadi lemah saat negosiasi harga dengan pembeli.
- 2) Sintesis Komparatif dengan Teori: *CWB* umumnya diasosiasikan dengan niat jahat (*malice*) atau pembalasan dendam (Fox & Spector, 2005) dan

(Marcus et al., 2016). Namun, analisis fenomenologis menunjukkan bahwa kebocoran ini di Pasar Ciawi lebih sering disebabkan oleh Ketidacakapan Kognitif (*Lack of Awareness*) pekerja Gen Z, bukan sabotase terencana. Pemilik memaknainya sebagai kebodohan yang fatal, sementara pekerja menganggapnya sebagai "berbagi informasi" yang wajar dalam jejaring sosial mereka.

- 3) Analisis Kontekstual (Mengapa terjadi di Pasar Ciawi?): Ini mencerminkan kegagalan transfer pengetahuan dalam sistem magang informal. Pemilik kios (Generasi X/Boomer) sering berasumsi bahwa "rahasia dagang" adalah pengetahuan umum (*common sense*). Sebaliknya, Gen Z yang tumbuh di era "open source" dan berbagi informasi, tidak memiliki kepekaan naluri terhadap kerahasiaan bisnis konvensional jika tidak diedukasi secara eksplisit.

D. Analisis Dimensi yang Tidak Terjadi: Peran Kontrol Sosial Budaya

Penting untuk mencatat bahwa tidak semua indikator *CWB* dari literatur Barat atau Thailand (studi Na-Nan) berlaku di Pasar Ciawi.

- 1) Apa yang Tidak Terjadi: Perilaku Datang bekerja dalam keadaan mabuk (*CWB* 13) dan Menggunakan telepon kantor untuk urusan pribadi (*CWB* 27) tidak ditemukan.
- 2) Sintesis dan Alasan Kontekstual:
 - a. Kontrol Religius-Kultural: Ketiadaan kasus mabuk menunjukkan bahwa meskipun pasar adalah sektor informal yang minim aturan

tertulis, norma agama dan budaya Sunda yang kental di Tasikmalaya berfungsi sebagai kontrol sosial yang efektif, menggantikan regulasi formal perusahaan.

- b. Pergeseran Teknologi: Indikator "telepon kantor" menjadi usang (*obsolete*) dan tergantikan sepenuhnya oleh *Cyberloafing* (penggunaan *smartphone* pribadi). Di Pasar Ciawi, *CWB* teknologi bukan tentang biaya pulsa perusahaan, melainkan pencurian waktu (*time theft*) akibat adiksi media sosial Gen Z.

Pemilik UKM di Pasar Ciawi memaknai perilaku kontra-produktif pekerja Gen Z melalui lensa kelangsungan hidup usaha (*Survival*). Karena margin keuntungan UKM yang tipis dan persaingan ketat, perilaku yang dalam teori mungkin dianggap sebagai deviasi ringan (seperti main HP atau ngobrol kasar), di Pasar Ciawi dimaknai sebagai ancaman eksistensial. Pemilik merasa bahwa nilai kekeluargaan yang mereka tawarkan sering kali disalahartikan oleh pekerja Gen Z sebagai kebebasan tanpa batas, menciptakan konflik nilai yang mendasari munculnya *CWB*.

Tabel 4. 8
Komparasi Pemaknaan Dimensi *CWB* (Teori dengan Konteks Pasar Ciawi)

Dimensi Teori	Makna dari Teori	Makna di UKM Pasar Ciawi	Keunikan/Perbedaan
<i>Misuse of Organisational Resources</i>	Penggunaan aset/fasilitas organisasi untuk kebutuhan pribadi (mis. bahan habis pakai, listrik, alat)	Pemakaian “kecilkecilan” (kresek, tisu, charger listrik) bereskalasi menjadi manipulasi transaksi “nyambut”: barang pinjaman dijual, margin disimpan sendiri	Batas misuse ↔ theft menjadi kabur. Dimaknai pemilik sebagai “pencurian halus” karena menabrak modal sosial kepercayaan antar-kios dan merugikan margin harian

Dimensi Teori	Makna dari Teori	Makna di UKM Pasar Ciawi	Keunikan/Perbedaan
<i>Inappropriate Communication</i>	Komunikasi tidak pantas yang merusak hubungan internal (gosip, bahasa kasar, tidak sopan ke rekan/atasan)	Area layanan terbuka membuat komunikasi internal terpublikasi; bahasa kasar terdengar pelanggan → langsung mengusir calon pembeli (loss of sales)	Perpindahan target dari interpersonal (internal) menjadi organisasional (merusak citra & penjualan). “Mulut pekerja = etalase”; efeknya finansial langsung
<i>Theft (CWBO Theft)</i>	Pencurian aset/uang organisasi secara sengaja	Modus khas: gelap margin barang pinjaman (nyambut) tidak disetor ke pembukuan	Bentuk pencurian berbasis kepercayaan dalam ekosistem informal; terjadi karena SOP longgar, audit kas tidak real-time, dan rasionalisasi “kompensasi kecil”
<i>Poor Behaviour</i>	Pelanggaran disiplin waktu/fokus (istirahat melebar, lambat, telat, pulang cepat)	Istirahat melebar, HP-an saat kerja, meninggalkan front, urusan pribadi di jam layanan → readiness turun, pelanggan pindah ke kios tetangga	Dipicu ritme fluktuatif (sepi/ramai), ketiadaan pengawasan fisik, dan norma kekeluargaan permisif; dampak operasional terlihat seketika di titik layanan
<i>Informational Misuse (ekstensi kontekstual)</i>	Tidak dieksplisitkan dalam daftar indikator inti; biasanya tersirat sebagai pelanggaran kerahasiaan/keamanan informasi	Kebocoran “kode barang/rahasia modal” ke pihak luar → posisi tawar lemah, margin tergerus saat negosiasi	Dimensi baru pada konteks pasar: aset informasi sangat sensitif. Dipicu sharing culture Gen Z + defisit literasi bisnis + ketiadaan kontrak psikologis kerahasiaan
<i>Cyberloafing (relevansi teknologi)</i>	Dalam kerangka klasik sering muncul sebagai penggunaan fasilitas komunikasi organisasi untuk urusan pribadi	Dominan sebagai HP pribadi (TikTok/WA/Game) ketika sepi—bukan “telepon kantor”	Pergeseran teknologi: indikator “telepon kantor” usang; isu inti berubah menjadi pencurian waktu (time theft) & turunnya readiness layanan
<i>Datang bekerja dalam keadaan mabuk (CWB13)</i>	Perilaku berisiko tinggi yang mengganggu kelayakan kerja	Tidak terjadi di Pasar Ciawi	Dikendalikan oleh norma religius-kultural lokal; menegaskan beda konteks dengan studi formal/Barat

Dimensi Teori	Makna dari Teori	Makna di UKM Pasar Ciawi	Keunikan/Perbedaan
<i>Sarkasme eksplisit ke rekan/atasan (CWB21–22)</i>	Bentuk komunikasi menyerang yang menurunkan keharmonisan	Tidak terkonfirmasi/indikasi terbatas; kasus nyata lebih tepat ketidaksopanan (CWB23/24)	Fokus isu komunikasi berada pada bahasa kasar ringan yang terdengar publik, bukan sarkasme eksplisit
<i>Menggunakan telepon kantor (CWB27)</i>	Penyalahgunaan sarana komunikasi organisasi	Tidak relevan (kios tidak punya telepon kantor; semua via HP pribadi)	Konteks UKM pasar berbasis gawai pribadi → intervensi diarahkan ke aturan HP di jam layanan

Sumber : Data di Olah peneliti 2025

Komparasi antara kerangka teoritis dan realitas lapangan memperlihatkan bahwa pemaknaan pemilik UKM terhadap *CWB* tidak hanya bersifat adaptif, tetapi juga mengalami pergeseran makna yang mendasar. Dimensi *misuse of resources* yang dalam teori dipahami sebagai pelanggaran administratif, di Pasar Ciawi berubah menjadi fenomena “pencurian halus” melalui manipulasi transaksi *nyambut* yang menggerus modal sosial kepercayaan antar-kios. Demikian pula, komunikasi tidak pantas yang semula dikategorikan sebagai gangguan interpersonal, dalam konteks ruang layanan terbuka bermetamorfosis menjadi ancaman finansial langsung melalui hilangnya pelanggan. Selain itu, muncul dimensi baru berupa kebocoran informasi (kode barang) yang tidak tercakup dalam kerangka Na-Nan et al. (2020), menandakan bahwa aset informasi menjadi titik rawan dalam ekosistem UKM tradisional. Perbedaan ini menegaskan bahwa pemaknaan *CWB* oleh pemilik UKM berorientasi pada kelangsungan usaha, bukan sekadar kepatuhan prosedural.

Temuan ini menjadi pijakan untuk memahami mengapa perilaku kontra-produktif tidak hanya dipicu oleh faktor struktural, tetapi juga oleh interaksi

kompleks antara karakteristik psikososial pekerja Gen Z dan kondisi kerja informal yang tradisional. Oleh karena itu, analisis berikutnya (4.4.2) akan menguraikan faktor-faktor pendorong yang memperkuat ekspresi *CWB*, termasuk bagaimana sensitivitas terhadap kritik, persepsi ketidakadilan, dan kebosanan kerja berinteraksi dengan budaya pasar untuk membentuk pola deviasi yang khas.

4.4.2 Analisis Faktor Pendorong *Counterproductive work behaviour* pada Pekerja Gen Z

Sub-bab ini menganalisis faktor-faktor determinan yang mendorong terjadinya perilaku kontra-produktif pada pekerja Generasi Z di lingkungan UKM Pasar Ciawi. Analisis ini tidak hanya melihat faktor pemicu tunggal, melainkan interaksi kompleks antara karakteristik psikososial Gen Z dengan kondisi lingkungan kerja informal yang tradisional.

Mengacu pada kerangka Na-Nan et al. (2020), *CWB* dipicu oleh tiga faktor utama: *Job Stressors*, *Organizational Injustice*, dan *Negative Emotions*. Namun, temuan lapangan menunjukkan bahwa faktor-faktor ini teramplifikasi oleh karakteristik khas Generasi Z, menciptakan pola *CWB* yang unik dibandingkan generasi sebelumnya.

A. Disonansi Nilai Sensitivitas Kritik dengan Gaya Kepemimpinan Tradisional (*Negative Emotions*)

Salah satu temuan paling menonjol adalah tingginya kerentanan emosional pekerja Gen Z terhadap gaya komunikasi pemilik kios.

- 1) Komparasi Teori dan Data: Nguyen & Petchsawang (2024) menjelaskan bahwa Gen Z memiliki karakteristik Kritis terhadap otoritas dan lebih

menyukai kepemimpinan yang partisipatif serta menghargai Validasi Diri Gen Z tidak serta-merta menghormati posisi otoritas tanpa alasan rasional. Sebaliknya, realitas di Pasar Ciawi menunjukkan gaya kepemimpinan pemilik kios (umumnya Generasi X) masih cenderung paternalistik dan menggunakan teguran langsung yang keras, bahkan di depan pelanggan.

- 2) Sintesis Analisis: Terjadi benturan budaya komunikasi. Bagi pemilik, teguran keras adalah bentuk didikan mental. Namun, bagi pekerja Gen Z (seperti informan R9 dan R10), hal ini dimaknai sebagai serangan personal yang mengancam harga diri (*Threats to Self-Esteem*) (Baumeister et al., 1996). Sesuai dengan *Stress-Emotion Model* dari Spector et al. (2006) dan Fox et al., (2001), emosi negatif (malu, sakit hati) yang timbul dari teguran ini tidak dikelola secara dewasa, melainkan disalurkan menjadi *CWB* Pasif. Pekerja R8 menyatakan, *Saya kerja seadanya dulu setelah ditegur*. Ini menunjukkan bahwa *CWB* di sini adalah mekanisme pertahanan diri untuk memulihkan ego yang terluka, bukan semata-mata karena malas.

B. Mekanisme Kompensasi Mandiri atas Persepsi Ketidakadilan (*Organizational Injustice*)

Faktor ketidakadilan organisasi menjadi pendorong utama munculnya perilaku manipulatif seperti Nyambut (menggelapkan margin barang pinjaman) dan penyalahgunaan aset.

- 1) Komparasi Teori dan Data: Secara teoritis, *Organizational Injustice* mencakup ketidakadilan distributif (gaji) dan prosedural (Na-Nan et al., 2020). Karakteristik Gen Z yang memiliki Sensitivitas tinggi terhadap ketidakadilan dan menuntut transparansi memperburuk situasi ini di pasar informal yang serba tidak baku. Temuan lapangan menunjukkan pekerja R7 dan R8 merasa beban kerja fisik mereka (mengangkat barang, melayani pembeli cerewet) tidak sebanding dengan upah harian yang pas-pasan dan tanpa insentif jelas.
- 2) Sintesis Analisis: Gen Z di Pasar Ciawi melakukan rasionalisasi moral. Mereka tidak melihat tindakan mengambil plastik kios atau menyimpan margin keuntungan barang pinjaman sebagai pencurian (*theft*), melainkan sebagai Kompensasi Mandiri (*Self-Compensation*) untuk menyeimbangkan neraca keadilan yang mereka rasakan timpang, sebuah fenomena yang kerap muncul dalam *property deviance* (Hollinger & Clark, 1983) dan (Vardi & Weitz, 2003). Dalam persepsi mereka, karena pemilik tidak memberikan penghargaan yang wajar (sesuai ekspektasi Gen Z akan reward), maka mereka mengambilnya sendiri melalui jalur informal. Perilaku *CWB* ini menjadi bentuk protes sunyi terhadap sistem pengupahan pasar yang stagnan.

C. *Digital Nativity* dan Kebosanan Kerja Jebakan *Cyberloafing* (*Job Stressors*)

Stres kerja di pasar tradisional tidak hanya soal beban fisik, tetapi juga kebosanan psikologis yang memicu penyalahgunaan teknologi.

1) Komparasi Teori dan Data: Dimock (2019) mendefinisikan Gen Z sebagai *Digital Natives* yang hidupnya terintegrasi dengan teknologi, namun juga "Cepat bosan" jika pekerjaan monoton. Lingkungan kerja kios di Pasar Ciawi memiliki ritme fluktuatif; ada masa-masa sangat sepi di mana pekerja hanya duduk menunggu. Bagi Gen Z yang terbiasa dengan stimulasi informasi cepat, keheningan ini adalah *stresor (under-stimulation)*.

2) Sintesis Analisis: Perilaku *Cyberloafing* (bermain TikTok/Game saat jam kerja) yang dilakukan masif oleh informan R7 dan R10 adalah respons adaptif maladaptif terhadap kebosanan. *Smartphone* menjadi pelarian dari realitas kerja yang membosankan. Masalahnya, karena Gen Z adalah multitasker, mereka merasa bisa melayani pembeli sambil main HP. Padahal realitas di lapangan (menurut pemilik R1) menunjukkan readiness layanan menurun drastis. *CWB* ini terjadi karena ketidakmampuan Gen Z memisahkan identitas digital mereka dengan tanggung jawab profesional di ruang fisik.

D. Kasus Kebocoran Kode (temuan)

Salah satu temuan unik penelitian ini adalah kebocoran Kode Barang (rahasia modal), yang didorong oleh karakteristik Gen Z dalam berbagi informasi.

1) Komparasi Teori dan Data: Gen Z tumbuh dalam budaya internet yang terbuka (*open source*), kolaboratif, dan minim sekat privasi informasi (*sharing culture*). Nguyen & Petchsawang (2024) menyebut mereka

menghargai Keterbukaan informasi. Di sisi lain, UKM Pasar Ciawi beroperasi dengan prinsip kerahasiaan dagang tradisional. Ketika pekerja R6 dan R10 membocorkan kode harga modal ke teman di kios lain, mereka mengaku tidak sadar itu merugikan.

- 2) Sintesis Analisis: Perilaku ini didorong oleh *Lack of Awareness* (ketidaktahuan) akibat perbedaan paradigma generasi. Bagi Gen Z, berbagi informasi adalah cara membangun koneksi sosial (*networking*). Mereka tidak memiliki kerangka berpikir kompetisi tertutup ala pedagang tradisional. Oleh karena itu, *CWB* ini bukan sabotase yang disengaja (*malice*), melainkan kegagalan pemilik kios dalam memberikan edukasi bisnis mengenai pentingnya kerahasiaan data. Informalitas pasar yang tidak memiliki *Non-Disclosure Agreement* (NDA) atau aturan tertulis memperparah anggapan Gen Z bahwa informasi tersebut "boleh dibagi".

E. *Spillover* Konflik Keluarga: Batas *Work-Life* yang Kabur (*Negative Work-Home Interaction*)

Faktor pemicu lain yang dominan namun sering terabaikan adalah ketidakmampuan pekerja Gen Z memisahkan masalah pribadi dengan profesionalitas kerja.

- 1) Komparasi Teori dan Data: Secara teoritis, Dimock (2019) menegaskan bahwa karakteristik utama Generasi Z adalah orientasi kuat pada Keseimbangan Hidup (*Work-Life Balance*), di mana pekerjaan bukan satu-satunya identitas mereka. Gen Z mengharapkan batas yang tegas antara kehidupan pribadi dan pekerjaan. Namun, temuan di Pasar Ciawi

menunjukkan paradoks: yang terjadi justru *Negative Work-Home Interaction* atau peluapan masalah rumah ke tempat kerja. Alih-alih menjaga keseimbangan, permasalahan domestik justru mendominasi ruang profesional.

- 2) Sintesis Analisis: Informan R7 dan R9 secara eksplisit menyebutkan bahwa pertengkaran di rumah membuat mereka bekerja asal-asalan dan salah ukur kain saat melayani pelanggan. Fenomena ini mengonfirmasi *Stress-Emotion Model* dari Spector et al. (2006), yang menyatakan bahwa *stresor* (dalam hal ini dari rumah) memicu emosi negatif yang kemudian dimanifestasikan menjadi perilaku kontra-produktif (Baumeister et al., 1996) dan (Spector & Fox, 2002). Berbeda dengan generasi tua yang diajarkan untuk meninggalkan masalah di pintu rumah, pekerja Gen Z di Pasar Ciawi menunjukkan Resiliensi Emosional yang rendah dalam memblokir gangguan eksternal. Akibatnya, mereka melakukan *CWB* dimensi *Poor Behaviour* (kerja lambat/kasar) sebagaimana dikategorikan oleh Na-Nan et al. (2020). Perilaku ini bukan didasari niat buruk terhadap organisasi, melainkan manifestasi dari ketidakstabilan emosi pribadi yang tidak terkelola (*emotional dysregulation*) yang kemudian merusak standar layanan kios.

Secara keseluruhan, *CWB* pada pekerja Gen Z di UKM Pasar Ciawi bukanlah fenomena tunggal yang berdiri sendiri, melainkan hasil dari Interaksi Situasional. Perilaku kontra-produktif muncul ketika karakteristik Gen Z (*sensitif, digital-reliant*, butuh validasi, berorientasi keadilan) bertemu

dengan lingkungan pasar tradisional yang informal, minim aturan baku, dan dipimpin dengan gaya otoriter tradisional. Ketiadaan sistem manajemen modern membuat "celah" perilaku ini berkembang menjadi norma budaya kerja yang permisif.

Tabel 4. 9
Faktor Pendorong *CWB* (Teori dengan Temuan Lapangan)

Faktor Teori (Na-Nan, 2020)	Makna dari Teori	Makna di UKM Pasar Ciawi	Keunikan/Perbedaan
<i>Job Stressors</i>	Beban kerja, tuntutan presisi, kebosanan, ambiguitas peran memicu <i>poor behaviour</i>	Ritme kerja fluktuatif (ramai-sepi), tuntutan presisi mengukur kain, kejenuhan saat kios sepi → HP-an, istirahat melebar, meninggalkan front	Stresor bukan hanya beban fisik, tetapi under-stimulation (bosan) yang memicu cyberloafing masif; Gen Z mencari pelarian digital
<i>Organizational Injustice</i>	Persepsi ketidakadilan distributif/prosedural memicu deviasi instrumental	Upah “paspasan”, ketimpangan tugas (beberes vs duduk) → rasionalisasi “kompensasi kecil” melalui misuse aset & manipulasi margin nyambut	Self-compensation logic: Gen Z menganggap misuse bukan pencurian, tetapi cara menyeimbangkan keadilan; muncul modus khas pasar (nyambut)
<i>Negative Emotions &</i>	Emosi negatif akibat teguran keras	Teguran keras di ruang publik (depan pelanggan) →	Benturan budaya komunikasi: gaya paternalistik pemilik vs sensitivitas Gen Z;

<i>Threats to Self-Esteem</i>	memediasi stresor → <i>CWB</i> pasif	rasa malu, sakit hati → minimum effort, slowdown, komunikasi kasar	teguran publik dimaknai sebagai serangan personal
<i>Karakteristik Gen Z (temuan kontekstual)</i>	Tidak dieksplicitkan dalam kerangka	Digital native, cepat bosan, budaya berbagi informasi → cyberloafing, kebocoran kode barang	Dimensi baru: misuse informasional (kode barang) bukan sabotase, tetapi akibat sharing culture & defisit literasi bisnis
<i>Work-Life Spillover (temuan kontekstual)</i>	Tidak tercakup eksplisit	Konflik keluarga terbawa ke kerja → kerja asal-asalan, salah ukur, disengagement	Memperkuat jalur emosi negatif; menunjukkan resiliensi emosional rendah Gen Z dalam memisahkan masalah pribadi

Sumber : Data di olah peneliti 2025

Analisis faktor pendorong memperlihatkan bahwa tiga determinan utama dalam kerangka Na-Nan et al. (2020) *job stressors*, *organizational injustice*, dan *Negative Emotions* memang beroperasi di Pasar Ciawi, tetapi dengan intensitas dan pola yang dipengaruhi oleh karakteristik generasi dan konteks kerja informal. Stres kerja tidak hanya bersumber dari beban fisik, tetapi juga dari kebosanan akibat ritme fluktuatif, yang mendorong perilaku *cyberloafing* sebagai pelarian digital. Persepsi ketidakadilan memicu mekanisme “kompensasi mandiri” melalui misuse aset dan manipulasi margin nyambut, sementara teguran keras di ruang publik menjadi pemantik dominan munculnya *CWB* pasif akibat ancaman harga diri. Temuan kontekstual seperti

kebocoran kode barang dan *spillover* konflik keluarga menegaskan bahwa perilaku kontra-produktif Gen Z di pasar tradisional bukan sekadar deviasi normatif, melainkan hasil interaksi antara nilai generasi, arsitektur ruang terbuka, dan ketiadaan sistem manajemen formal.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini berangkat dari kegelisahan sederhana namun nyata: di tengah riuh rendah Pasar Ciawi yang berdenyut sejak subuh, para pekerja Generasi Z hidup dan bekerja di ruang layanan yang serba terbuka, di mana setiap gerak dan kata hampir selalu terdengar publik. Melalui lensa fenomenologi interpretatif, studi ini menelusuri bagaimana pemilik kios memaknai perilaku kontra-produktif (*Counterproductive Work Behaviour*) dan apa saja yang mendorongnya muncul dalam keseharian.

Pertama, temuan menunjukkan bahwa *CWB* di konteks pasar tradisional bukan sekadar daftar pelanggaran prosedur; ia berwujud pelemahan disiplin waktu dan fokus (istirahat yang melebar, tempo kerja yang melambat, datang terlambat atau pulang sebelum waktunya, hingga meninggalkan *front* pada saat layanan masih berjalan) yang kerap disertai cyberloafing melalui gawai pribadi. Dalam arsitektur ruang yang terbuka, komunikasi yang kurang pantas bahasa kerja yang terlalu santai atau candaan pada atasan di area depan tidak berhenti sebagai persoalan internal, melainkan langsung berimbas pada citra kios dan pengalaman pelanggan. Dimensi yang paling merugikan secara finansial muncul dalam bentuk manipulasi transaksi nyambut yaitu barang pinjaman antar-kios dijual, tetapi margin disimpan sendiri dan tidak tercatat pada pembukuan.

Kedua, studi ini menampakkan temuan kontekstual yang memperluas cakrawala *CWB* di sektor informal, yakni misuse informasional berupa kebocoran

kode barang/rahasia modal. Dalam ekosistem yang bergantung pada keunggulan informasi sederhana, kebocoran semacam ini dengan cepat melemahkan posisi tawar dan menggerus margin. Menariknya, perilaku ini sering kali lahir bukan dari niat sabotase, melainkan defisit literasi bisnis dan budaya berbagi informasi yang kuat di kalangan Gen Z.

Ketiga, tiga pemicu utama *CWB* stres kerja, ketidakadilan organisasi, dan emosi negatif/ancaman harga diri terkonfirmasi hadir, namun alurnya beroperasi dengan rasa lokal. Ritme layanan yang fluktuatif (ramai-sepi), tuntutan presisi pada tugas tertentu (misalnya pengukuran kain), serta kejenuhan pada jam sepi mendorong *poor behaviour* yang tampak sehari-hari. Persepsi ketidakadilan atas beban kerja versus upah yang “paspasan” kerap dirasionalisasi menjadi kompensasi kecil memakai stok untuk kepentingan pribadi atau menyimpan margin dari transaksi nyambut. Sementara itu, teguran keras di ruang publik memantik minimum effort dan komunikasi yang tidak pantas; jalur ini tampak paling dominan pada Gen Z, yang lebih sensitif terhadap gaya kepemimpinan paternalistik dan membutuhkan ruang aman secara psikologis.

Pada akhirnya, benang merah yang ditarik penelitian ini adalah sederhana namun penting: *CWB* di pasar tradisional bukan perkara pelanggaran teknis semata, melainkan ekspresi dari benturan nilai (kekeluargaan yang permisif versus standar profesional yang konsisten), arsitektur ruang yang terpublikasi, dan kesenjangan literasi bisnis. Dengan margin usaha yang tipis dan pengawasan fisik yang terbatas, deviasi kecil yang berulang dapat terasa seperti ancaman serius terhadap kelangsungan usaha. Di titik ini, studi memberikan kontribusi teoritis sekaligus

praktis mengisi *context gap* riset *CWB* di sektor informal Indonesia, seraya menawarkan gagasan intervensi yang ringan, murah, dan selaras dengan denyut kerja UKM pasar.

5.2 Implikasi Manajerial

Temuan memperkaya kerangka *CWB* dengan dua penekanan kontekstual. Pertama, pada ruang layanan terbuka, komunikasi internal yang kurang pantas tidak berhenti sebagai gangguan interpersonal, melainkan bertransmisi menjadi dampak organisasional (citra, retensi pelanggan, penjualan). Jalur ini menguatkan model stres-emosi bahwa teguran publik memediasi munculnya *CWB* pasif melalui ancaman harga diri. Kedua, munculnya misuse informasional (kebocoran kode barang) menegaskan bahwa aset informasi di UKM sektor informal adalah titik rawan yang belum terakomodasi eksplisit dalam instrumen *CWB* klasik; ia perlu dibaca sebagai bagian dari ekologi deviasi di pasar tradisional Indonesia. Di atas itu, pendekatan fenomenologi terbukti memadai untuk menangkap rasionalisasi makna misalnya kompensasi kecil yang kerap luput dari angka-angka kuantitatif.

Implikasi Praktis/Manajerial. Dari sisi pengelolaan, rekomendasi bergerak di jalur yang realistis dan kontekstual:

1. Rekayasa komunikasi yang aman secara psikologis. Hindari teguran di area depan; gunakan *coaching* empat mata dengan bahasa yang menghargai martabat pekerja. Tetapkan standar bahasa kerja area layanan (volume, diksi, batas candaan) agar keakraban tetap terjaga, namun wibawa usaha tidak kabur.

2. SOP ringan untuk menutup celah deviasi transaksional.

Terapkan alur pinjam–jual–catat–setor pada transaksi nyambut: formulir sederhana, rekap kas harian, dan audit singkat di saat penutupan kios. Dengan cara ini, kolaborasi antar-kios tetap berjalan, tetapi margin menjadi transparan.

3. Penguatan kerahasiaan informasi. Lakukan briefing kerahasiaan kode barang sebagai kontrak psikologis, jelaskan dampak finansial kebocoran, dan atur penempatan fisik kode agar tidak mudah terbaca pelanggan. Ini bukan soal birokrasi, melainkan literasi bisnis dasar.

4. Disiplin waktu/fokus yang ramah generasi. Atur penggunaan HP di jam layanan (misalnya, jeda khusus untuk *housekeeping* saat sepi: merapikan, mengecek stok ringan, memperbarui display). Terapkan jadwal istirahat bergilir dengan batas durasi; keluar untuk WC/jajan memerlukan izin eksplisit dan batas waktu yang jelas.

5. Klarifikasi peran & apresiasi proporsional. Tegaskan pembagian tugas (penjaga depan vs penata belakang), lakukan rotasi pada jam ramai, dan tambah apresiasi kecil berbasis perilaku (ucapan terima kasih, istirahat singkat tambahan, atau insentif ringan) agar persepsi keadilan terasa.

6. Pelatihan singkat berbasis konteks pasar. Kelas mikro 45–60 menit tentang etika komunikasi ritel, kerahasiaan informasi, dan manajemen emosi dapat difasilitasi oleh UPTD/komunitas pedagang. Tujuannya bukan membuat seragam, melainkan menyepakati standar minimum yang menjaga muka layanan.

Intinya, implikasi ini tidak membutuhkan restrukturisasi besar-besaran. Ia bekerja pada kebiasaan kecil yang konsisten: bagaimana menegur, bagaimana mencatat, bagaimana menata kata di ruang yang setengah publik. Justru di titik-titik kecil inilah kualitas layanan dan integritas transaksi terjaga.

5.3 Keterbatasan Saran Penelitian

5.3.1 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menyadari batas-batasnya, dan batas-batas itu penting sebagai pijakan riset berikutnya. Adapun keterbatasan penelitian yaitu :

Pertama, dalam pendekatan fenomenologi, peneliti adalah instrumen utama: sekalipun bracketing, reflektivitas, dan member checking telah dilakukan, bias halus tetap mungkin memengaruhi arah tanya maupun tafsir makna.

Kedua, variasi kemampuan artikulasi informan (latar pendidikan, pengalaman bicara) berdampak pada kedalaman narasi; beberapa detail yang bernilai boleh jadi tidak seluruhnya tertangkap.

Ketiga, validitas interpretasi dalam fenomenologi bersifat konstruksi bersama peneliti dengan informan dan tidak mudah direplikasi identik oleh peneliti lain, terlebih tanpa triangulasi multi-metode atau auditor eksternal.

Keempat, rentang waktu penelitian yang terbatas membuat sebagian tema minor belum digali seutuhnya misalnya dinamika musiman (hari besar, libur panjang) atau perbedaan pola arus pelanggan lintas blok pasar.

Kelima karena studi ini murni kualitatif, intensitas/insidensi *CWB* belum terukur secara numerik; di sisi lain, infrastruktur pencatatan real-time pada UKM pasar umumnya belum mapan.

5.3.2 Saran Untuk Penelitian Mendatang

Berdasarkan keterbatasan-keterbatasan yang telah diuraikan di atas, penelitian ini merekomendasikan beberapa hal untuk pengembangan studi selanjutnya:

1. Penggunaan Metode Kuantitatif atau Campuran (*Mixed Methods*)
Mengingat penelitian ini murni kualitatif sehingga intensitas dan frekuensi *CWB* belum terukur secara numerik (merujuk keterbatasan ke-5), penelitian mendatang disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods*. Penggunaan survei dengan skala *CWB* yang telah divalidasi akan membantu mengukur seberapa sering perilaku ini terjadi dan seberapa besar dampak finansialnya secara statistik.
2. Perluasan Rentang Waktu Penelitian (*Longitudinal Study*)
Dikarenakan penelitian ini dibatasi oleh waktu sehingga belum menangkap dinamika musiman seperti hari raya atau libur panjang (merujuk keterbatasan ke-4), penelitian selanjutnya disarankan dilakukan dalam rentang waktu yang lebih panjang (*longitudinal*). Hal ini penting untuk melihat apakah pola *CWB* berubah saat tekanan kerja meningkat drastis pada momen-momen puncak (*peak season*) di pasar tradisional.
3. Penerapan Triangulasi Metodologi dan Peneliti Untuk mengatasi potensi bias peneliti sebagai instrumen utama dan kesulitan verifikasi validitas

mutlak (merujuk keterbatasan ke-1 dan ke-3), penelitian mendatang disarankan melibatkan auditor eksternal atau menggunakan tim peneliti (lebih dari satu orang) dalam proses analisis (*inter-coder reliability*). Selain itu, triangulasi sumber dapat diperkuat dengan menambah perspektif dari pelanggan atau pengelola pasar (UPTD) untuk memverifikasi dampak *CWB* secara lebih objektif.

4. Variasi Teknik Pengumpulan Data (FGD atau Observasi Terstruktur) Guna mengatasi kendala variasi kemampuan artikulasi informan yang mempengaruhi kedalaman narasi (merujuk keterbatasan ke-2), penelitian selanjutnya dapat melengkapi wawancara mendalam dengan *Focus Group Discussion* (FGD) atau observasi partisipatif menggunakan daftar periksa (*checklist*). Metode ini dapat membantu memancing data dari informan yang kurang ekspresif secara verbal dan menangkap perilaku yang mungkin tidak disadari atau tidak diakui saat wawancara personal.
5. Studi Komparatif Lintas Konteks Karena temuan ini spesifik pada konteks Pasar Ciawi (merujuk keterbatasan generalisasi), disarankan untuk melakukan studi komparatif dengan pasar tradisional di daerah lain yang memiliki karakteristik budaya berbeda, atau membandingkannya dengan UKM di sektor modern. Hal ini berguna untuk melihat sejauh mana faktor budaya lokal dan gaya manajemen mempengaruhi bentuk dan pemicu *CWB* pada pekerja Generasi

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, A., Nurmayanti, S., & Suryani, E. (2024). The contribution of interpersonal conflict and organizational justice to counterproductive work behaviour and the moderating role of emotional intelligence. *Organizational Psychology Review*.
- Alhamidi, R. (2025). *Jutaan Gen Z di Jabar Jadi Pengangguran*. Detik.Com. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-7356027/jutaan-gen-z-di-jabar-jadi-pengangguran>
- Alghaiwi, Z. O., Djurkovic, N., Luu, T., & Gunasekara, A. (2024). The self-regulatory role of trait mindfulness in workplace bullying, hostility and *Counterproductive work behaviours* among hotel employees. *International Journal of Hospitality Management*, 122(March), 103843. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103843>
- Bani-Melhem, S., Mohd-Shamsudin, F., Khassawneh, O., Hamouche, S., & Koleva, P. (2025). Unlocking the secrets of expat employees: the role of diversity leadership, work adjustment and self-esteem in inhibiting psychological withdrawal behaviour. *Management Research Review*, 48(2), 165–185. <https://doi.org/10.1108/MRR-05-2023-0337>
- Baumeister, R. F., Smart, L., & Boden, J. M. (1996). Relation of Threatened Egotism to Violence and Aggression: The Dark Side of High Self-Esteem. *Psychological Review*, 103(1), 5–33. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.103.1.5>
- BPS Indonesia. (2024). *Fenomena Gen Z susah cari kerja*. Bandungkab.Bps.Go.Id. <https://bandungkab.bps.go.id/id/news/2024/07/30/75/fenomena-gen-z-susah-cari-kerja-.html>
- Budiman, Halim, F. W., Selamat, & Nasir, M. (2020). The organisational climate

and *Counterproductive work behaviour* in Indonesian occupational hospitals: The capacity of leader-member exchange quality as a mediator. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(10), 24–46.

Burhan, Q., & Siddiqui, M. A. (2025). *Unveiling the silence : analyzing the impact of supervisor ostracism on employee silence through a*. 48(12), 1613–1632. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2024-0246>

Chang, C. C. (2025). Assessing the relationship between commitment combination and employee attitude. *Management Research Review*, 48(8), 1187–1204. <https://doi.org/10.1108/MRR-05-2023-0369>

Cohen, A., & Özsoy, E. (2025). The Dark Triad and cyberloafing: unveiling the shadowy nexus. *Management Research Review*, 48(4), 625–642. <https://doi.org/10.1108/MRR-12-2023-0908>

Cohen, T. R., Panter, A. T., & Turan, N. (2013). Predicting Counterproductive Work Behaviour from Guilt Proneness. *Journal of Business Ethics*, 114(1), 45–53. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1326-2>

Creswell, J. w. (2023). *RESEARCH DESIGN Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.

Dongrey, R., & Rokade, V. (2024). Linkage between hiring and retention of diverse workforce, affective commitment and counterproductive work behaviour. *Kybernetes*, 53(8), 2624–2637. <https://doi.org/10.1108/K-05-2022-0742>

Ferdiansah, M. I., Chong, V. K., Wang, I. Z., & Woodliff, D. R. (2025). The effect of stretch goals and moral justification on counterproductive work behaviour. *Journal of Accounting and Organizational Change*. <https://doi.org/10.1108/JAOC-06-2024-0196>

Fox, S., & Spector, P. E. (2005). Counterproductive Work Behaviour Investigations Of Actors and Targets. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). American Psychological Association (APA). <https://doi.org/10.1037/10893-000>

- Fox, S., Spector, P. E., & Miles, D. (2001). Counterproductive work behaviour (*CWB*) in response to *Job Stressors* and organizational justice: Some mediator and moderator tests for autonomy and emotions. *Journal of Vocational Behaviour*, 59(3), 291–309. <https://doi.org/10.1006/jvbe.2001.1803>
- Gruys, M. L., & Sackett, P. R. (2003). Investigating the dimensionality of counterproductive work behaviour. *International Journal of Selection and Assessment*, 11(1), 30–42. <https://doi.org/10.1111/1468-2389.00224>
- Hassan, C. (2024). *The Impact Of Gen-Z In The Workplace*. Forbes.Com. <https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2025/04/28/the-future-of-performance-branding-balancing-data-and-creativity/>
- Hollinger, R. C., & Clark, J. P. (1983). Deterrence in the Workplace: Perceived Certainty, Perceived Severity, and Employee Theft. *Social Forces*, 62(2), 398–418. <https://doi.org/10.1093/sf/62.2.398>
- Hu, L. (2025). *Efficiency or novelty ? The impact of business models on digital transformation magnitude and speed*. December. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-05-2025-0711>
- Karpinskaia, E., Alushkin, L., Shirokova, G., & Bodolica, V. (2025). SMEs' strategic responses to crisis: the role of organizational identity. *Management Research Review*, 48(7), 1148–1181. <https://doi.org/10.1108/MRR-01-2024-0026>
- Kidwell, R. E., & Kochanowski, S. M. (2005). The morality of employee theft: Teaching about ethics and deviant behaviour in the workplace. *Journal of Management Education*, 29(1), 135–152. <https://doi.org/10.1177/1052562903261180>
- Larsen, H. G. (2023). Eight domains of phenomenology and research methods. In *Eight Domains of Phenomenology and Research Methods*. <https://doi.org/10.4324/9781003270058>
- Lavelle, J. J., Harris, C. M., Rupp, D. E., Herda, D. N., Young, R. F., Hargrove, M.

- B., Thornton-Lugo, M. A., & McMahan, G. C. (2018). Multifoci effects of injustice on counterproductive work behaviours and the moderating roles of symbolization and victim sensitivity. *Journal of Organizational Behaviour*, 39(8), 1022–1039. <https://doi.org/10.1002/job.2280>
- Ma, T. N., Yeh, Y. J. Y., Lee, H. Y., & Vu, H. Van. (2025). The impact of customer incivility on employee negative emotions: an organizational culture perspective. *Management Research Review*, 48(1), 37–56. <https://doi.org/10.1108/MRR-01-2024-0058>
- Marcus, B., Taylor, O. A., Hastings, S. E., Sturm, A., & Weigelt, O. (2016). The Structure of Counterproductive Work Behaviour: A Review, a Structural Meta-Analysis, and a Primary Study. In *Journal of Management* (Vol. 42, Issue 1). <https://doi.org/10.1177/0149206313503019>
- Miharja, M., Sacipto, R., Nguyen, T. T., Hoang, Q. Le, Nguyen, Thanh, P., & Usanti, T. P. (2020). How interactional justice within organisations impacts *Counterproductive work behaviours* and self-efficacy in the presence of performance appraisal satisfaction. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(3), 1–15.
- Na-Nan, K., Pukkeeree, P., Sanamthong, E., Wongsuwan, N., & Dhienhirun, A. (2020). Development and validation of *Counterproductive work behaviour* instrument: A case study of employees' SMEs. *International Journal of Organizational Analysis*, 28(3), 745–763. <https://doi.org/10.1108/IJOA-04-2019-1748>
- Nguyen, M. T., & Petchsawang, P. (2024). Encouraging employees' innovative behaviour via the mediating effect of work engagement and the moderating effect of their proactive personality: the case of Generation Z in Vietnam. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2301162>
- Ones, D. S. (2018). Counterproductive work behaviours 2.0: Assessment or consequences. *International Journal of Selection and Assessment*, 26(1), 1–4.

<https://doi.org/10.1111/ijsa.12205>

- Robinson, S. L., & Bennett, R. J. (1995). A Typology of Deviant Workplace Behaviours: A Multidimensional Scaling Study Author (s): Sandra L . Robinson and Rebecca J . Bennett Published by : Academy of Management Stable URL : <http://www.jstor.org/stable/256693> REFERENCES Linked references are av. *The Academy of Management Journal*, 38(2), 555–572.
- Sabran, Ekowati, V. M., & Supriyanto, A. S. (2022). The Interactive Effects of Leadership Styles on Counterproductive Work Behaviour: An Examination Through Multiple Theoretical Lenses. *Quality - Access to Success*, 23(188), 145–153. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.188.21>
- Sethi, S., Madan, P., & Bodhi, R. (2025). *How does supervisor incivility amplify negative employee outcomes ? December*. <https://doi.org/10.1108/MRR-03-2025-0182>
- Siswanti, Y., Tjahjono, Heru Kurnianto Hartono, A., & Prajogo, W. (2020). *Cross level analysis of organizational justice climate to counterproductive work behaviour: Leader-member exchange as mediation*.
- Smithikrai, C. (2014). Relationship of cultural values to *Counterproductive work behaviour*: The mediating role of job stress. *Asian Journal of Social Psychology*, 17(1), 36–43. <https://doi.org/10.1111/ajsp.12040>
- Spector, P. E., & Fox, S. (2002). An emotion-centered model of voluntary work behaviour. *Human Resource Management Review*, 12(2), 269–292. [https://doi.org/10.1016/s1053-4822\(02\)00049-9](https://doi.org/10.1016/s1053-4822(02)00049-9)
- Spector, P. E., Fox, S., Penney, L. M., Bruursema, K., Goh, A., & Kessler, S. (2006). The dimensionality of counterproductivity: Are all counterproductive behaviours created equal? *Journal of Vocational Behaviour*, 68(3), 446–460. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2005.10.005>
- Sutriyanto, E. (2025). *Sektor Usaha Kecil Indonesia Catatkan Pertumbuhan Tertinggi di 5 Tahun Ini*. [Tribunnews.Com](https://tribunnews.com).

<https://www.tribunnews.com/bisnis/2025/04/14/sektor-usaha-kecil-indonesia-catatkan-pertumbuhan-tertinggi-di-5-tahun-ini>

Vardi, Y., & Weitz, E. (2003). *Misbehaviour in Organizations*. LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS Mahwah, New Jersey.

Wakwabubi, M. J., & Orobia, L. A. (2025). *Unpacking the experiences of corruption in local governments: a phenomenological study*. December. <https://doi.org/10.1108/IJOA-07-2025-5725>

Walter, C. E., & Au-Yong-Oliveira, M. (2025). The spiteful effect of envy on innovative behaviour: evidence through the individualism vs. collectivism cultural dimension. *Management Research Review*, 48(6), 908–939. <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2024-0634>

Yaqin, N., Ambarwati, R., & Hermawan, S. (2023). The Existence of Traditional Markets in the Face of Modern Markets. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 115–125. <https://doi.org/10.56457/jimk.v11i1.329>





Lampiran 1 Pedoman wawancara Pemilik UKM di Pasar Ciawi

Pedoman Wawancara untuk Pemilik UKM

(Tujuan Umum: Memahami bagaimana pemilik kios memaknai perilaku kontra-produktif (*CWB*) yang dilakukan pekerja Generasi Z dalam keseharian kerja di Pasar Ciawi, Tasikmalaya). Sebagai instrumen utama dalam penelitian fenomenologis, panduan wawancara ini dirancang sebagai panduan percakapan semi-terstruktur yang fleksibel. Tujuannya adalah untuk memantik dan menggali narasi mendalam mengenai makna subjektif yang dikonstruksikan oleh partisipan. Pertanyaan-pertanyaan yang tercantum bukanlah daftar yang kaku untuk ditanyakan secara berurutan, melainkan sebuah peta tematik untuk memastikan semua aspek penting dalam penelitian dapat tereksplorasi secara mendalam, dengan mengikuti alur cerita alami dari partisipan.

A. Pembukaan dan Latar Belakang Pengalaman

"Terima kasih Bapak/Ibu, sekali lagi, atas waktu yang sudah diluangkan untuk tesis saya ini. Sesuai prosedur etika penelitian, saya ingin menjelaskan bahwa percakapan kita ini bersifat rahasia dan identitas Bapak/Ibu akan disamarkan dalam laporan saya. Partisipasi ini juga bersifat sukarela. Saya ingin sekali mendengar cerita dan pengalaman Anda selama mengelola usaha dan berinteraksi dengan para pekerja muda di sini. Untuk memulai, bisakah Bapak/Ibu ceritakan sedikit tentang perjalanan Bapak/Ibu dalam mengelola kios ini, terutama sejak mulai mempekerjakan karyawan dari generasi yang lebih muda (Gen Z)?"

B. Pertanyaan Inti: Makna Perilaku Kontra-Produktif (*CWB*)

"Kita bicara soal pekerjaan. Menurut pandangan Bapak/Ibu, pekerja yang 'baik' atau 'bisa diandalkan' di lingkungan pasar seperti ini itu yang seperti apa? Sebaliknya, perilaku pekerja seperti apa yang menurut Anda terasa 'kurang pas', 'tidak membantu', atau bahkan 'merugikan' usaha Anda selama ini? Bisa ceritakan satu kejadian spesifik yang paling membekas terkait perilaku pekerja yang Anda anggap 'merugikan' tersebut?"

C. Eksplorasi Pengalaman Berdasarkan Dimensi *CWB* (*CWB* 1 - *CWB* 27)

1. Dimensi: Poor Behaviour (Perilaku Buruk)

"Mari kita bahas lebih detail soal disiplin waktu dan efisiensi di kios. Apakah Bapak/Ibu sering mengamati pekerja Gen Z tidak disiplin terhadap waktu dan pekerjaan?"

"Misalnya, bisakah Bapak/Ibu ceritakan pengalaman terkait Keterlambatan mereka datang ke tempat kerja (*CWB* 3)? Atau kebiasaan (*CWB* 4) menyelesaikan pekerjaan lebih awal dari jam yang seharusnya, padahal masih ada tugas? Bagaimana jika mereka (*CWB* 8) diam-diam keluar saat jam kerja berlangsung?"

"Lalu, bagaimana dengan produktivitas? Apakah Anda mengamati pekerja (*CWB* 2) bekerja secara lambat pada tugas-tugasnya, (*CWB* 5) tidak memperhatikan pekerjaan, atau (*CWB* 6) tidak bekerja dengan potensi penuh saat di kios?"

"Dan terkait penggunaan waktu, apakah mereka (*CWB* 7) menggunakan media sosial/game atau (*CWB* 10) mengurus urusan pribadi secara diam-diam saat seharusnya bekerja? Apakah mereka (*CWB* 1) menghabiskan waktu istirahat dan makan siang lebih lama dari yang ditentukan?

"Terakhir, terkait absensi. Apakah sering terjadi pekerja (*CWB* 11) tidak hadir tanpa pemberitahuan? Atau, pernahkah Anda curiga mereka (*CWB* 12) mengambil cuti sakit padahal tidak sakit? Bagaimana perasaan Anda jika mereka (*CWB* 13) datang bekerja dalam keadaan mabuk atau dalam kondisi yang tidak layak bekerja?"

2. Dimensi: Misuse of Organisational Resources (Penyalahgunaan Sumber Daya)

"Sekarang kita beralih ke aset dan perlengkapan kios. Apakah Anda pernah mengalami penyalahgunaan atau kerugian yang disengaja terkait barang milik kios?

"Misalnya, apakah Anda pernah mendapati pekerja (*CWB* 14) membawa peralatan organisasi (misalnya kalkulator, tas) untuk keperluan pribadi? Atau (*CWB* 15) membawa pulang perlengkapan kantor (pena, kertas, dll.)?

"Lalu, bagaimana dengan pemakaian di kios? Apakah mereka (*CWB* 16) menggunakan perlengkapan kantor atau (*CWB* 17) menggunakan alat kantor (misalnya komputer) untuk urusan pribadi? Dan apakah Anda merasa mereka (*CWB* 18) menggunakan persediaan kantor secara tidak hemat? Termasuk juga (*CWB* 27) penggunaan telepon kantor untuk urusan pribadi?

"Apakah Anda pernah mengalami (*CWB* 19) pencurian sumber daya (uang, barang dagangan, data rahasia)? Atau (*CWB* 20) menutupi kerusakan barang atau aset kios agar tidak diketahui oleh Anda?"

3. Dimensi: Inappropriate Communication (Komunikasi yang Tidak Pantas)

"Kita masuk ke bagian interaksi. Bagaimana Bapak/Ibu menilai gaya komunikasi pekerja Gen Z di lingkungan kios? Apakah ada masalah keharmonisan relasi?"

"Apakah Anda pernah mendengar pekerja (*CWB* 21) berbicara sarkastik atau (*CWB* 23) tidak sopan kepada rekan kerja? Bagaimana jika itu terjadi (*CWB* 22/*CWB* 24) kepada Anda (atasan)?"

"Apakah (*CWB* 25) bergosip tentang atasan/bos atau (*CWB* 26) bergosip tentang rekan kerja menjadi hal yang sering Anda amati di lingkungan kios?"

D. Kesimpulan: Pemaknaan dan Faktor Pemicu (Fenomenologi)

"Bapak/Ibu, jika kita melihat kembali semua jenis perilaku merugikan tadi, apa yang terlintas di benak Anda? Bagaimana Anda mencoba memahami atau memaknai tindakan mereka itu? (Tunggu jawaban naratif dan lakukan probing seperti: Apakah ini karena mereka merasa terancam? Atau ini adalah bentuk perlawanan karena merasa tidak adil?)

"Kalau menurut perkiraan Bapak/Ibu, apa kira-kira faktor terbesar yang membuat para pekerja muda ini kadang berperilaku seperti itu? Apakah karena

ketidakjelasan aturan di pasar, atau justru karena sikap kita yang terlalu longgar dan kekeluargaan di lingkungan kios?

"Terima kasih atas semua cerita dan wawasan yang sangat mendalam ini. Apakah ada hal lain yang ingin Bapak/Ibu tambahkan terkait pengalaman mengelola pekerja Gen Z di pasar ini?"



Lampiran 2 Pedoman wawancara Pekerja Gen Z

Pedoman Wawancara untuk Pekerja Generasi Z

(Tujuan Umum: Memahami faktor-faktor yang mendorong terjadinya perilaku kontra-produktif dari perspektif dan pengalaman subjektif pekerja Generasi Z).

A. Perkenalan dan Konteks Kerja

"Terima kasih [Nama Panggilan] sudah meluangkan waktu berharga ini. Sebagai bagian dari tesis saya, saya ingin mendengarkan cerita dan pengalamanmu secara jujur tentang bekerja di Pasar Ciawi. Ingat, semua yang kamu ceritakan akan dirahasiakan, dan kamu bebas untuk tidak menjawab pertanyaan yang kurang nyaman.

"Untuk membuka obrolan, (1) coba gambarkan sedikit suasana kerjamu sehari-hari di kios ini? (2) Apa alasan utamamu memilih bekerja di lingkungan pasar tradisional?"

B. Eksplorasi Nilai Generasi Z dan Orientasi Kerja

"Generasi Z dikenal memiliki beberapa karakteristik unik, terutama dalam memandang pekerjaan. Saya ingin tahu apakah ini sesuai dengan yang kamu rasakan:

1. Karakteristik Psikososial dan Orientasi Kerja

"(3) Secara pribadi, apa sih makna pekerjaan ini buat kamu? (Apakah sekadar untuk mencari penghasilan, atau ada harapan lain seperti mendapatkan pengalaman dan nilai personal?).

"(4) Banyak teman sebayaku dikenal kritis terhadap otoritas dan menuntut transparansi. (5) Bagaimana pandanganmu terhadap sistem hierarki dan kepemimpinan bos di sini? (6) Jenis pemimpin seperti apa yang menurutmu paling asyik dan paling efektif?"

2. Ekspektasi Fleksibilitas dan Keseimbangan Hidup

"Kita bahas soal keseimbangan. (7) Seberapa penting kamu memandang keseimbangan hidup (work-life balance) dalam pekerjaan ini? (8) Apakah kamu merasa lingkungan kerja di sini sudah cukup memberikan ruang untuk fleksibilitas yang kamu butuhkan, misalnya dalam hal jam kerja atau penggunaan ponsel (*CWB 1, CWB 7, CWB 10*)?"

C. Tantangan Integrasi dan Faktor Pemicu Perilaku Kontra-Produktif (*CWB*)

"Di sektor informal, ekspektasi ini seringkali berbenturan dengan kenyataan. Sekarang kita akan membahas hal-hal yang mungkin memicu munculnya perilaku yang kurang ideal.

1. Faktor Pemicu: Ketidakadilan Organisasi (*Organizational Injustice*)

"(9) Pernahkah kamu merasa ada ketidakadilan atau perlakuan tidak setara di tempat kerjamu? Misalnya:

Apakah (10) pembagian tugas (*CWB 5*) sudah terasa adil?

Bagaimana dengan (11) sistem upah atau insentif yang kamu terima?

Apakah kamu merasa sudah sebanding dengan kontribusimu?

(12) Bagaimana cara bos menegur atau menilai pekerjaanmu? Apakah kamu merasa prosesnya adil dan transparan (*CWB 22, CWB 24*)?"

2. Faktor Pemicu: Stres Kerja (*Job Stressors*)

"(13) Dalam pekerjaan ini, apa yang paling sering membuatmu merasa tertekan, jenuh, atau stres?

(14) Apakah karena (*CWB 2, CWB 6*) tugas yang terlalu monoton atau (*CWB 5*) tidak sesuai dengan potensimu?

(15) Apakah ada kebingungan atau ketidakjelasan terkait peranmu, sehingga menimbulkan konflik?

(16) Bagaimana dengan (*CWB 21, CWB 23, CWB 26*) konflik atau gosip dengan rekan kerja? Seberapa besar hal itu membebani pikiranmu?"

3. Faktor Pemicu: Emosi Negatif dan Ancaman Harga Diri

"(17) Pernahkah ada momen di mana kamu merasa harga dirimu terancam di kios ini? Misalnya, saat menerima kritik pedas, penghinaan, atau perlakuan yang merendahkan?

(18) Bagaimana reaksi emosionalmu saat itu? Apakah kamu merasa marah, kecewa, atau ingin menyerang balik?

(19) Apa tindakan yang biasanya kamu ambil saat perasaan negatif itu memuncak?"

D. Pemaknaan dan Normalisasi Perilaku Menyimpang

"Kita tahu, ada kalanya karyawan melakukan tindakan yang merugikan (*CWB*). Saya tidak meminta pengakuan, tapi saya ingin memahami pandanganmu terhadap tindakan-tindakan tersebut.

(20) Menurutmu, dalam kondisi kerja yang seperti apa tindakan seperti (*CWB* 19) 'mengambil uang atau barang kecil' atau (*CWB* 15, *CWB* 14) 'menggunakan aset kios untuk pribadi' bisa dianggap wajar atau 'terpaksa' dilakukan?

(21) Apakah di lingkungan pasar atau di antara teman-teman Gen Z, tindakan mengambil atau menggunakan aset kios tanpa izin (*CWB* 19) ini dianggap sebagai hal yang biasa atau semacam 'kompensasi' atas ketidakadilan yang dirasakan? (22) Bagaimana kamu memaknai batas antara wajar dan melanggar di lingkungan kerja informal ini?"

E. Penutup dan Keterbatasan

"(23) Secara keseluruhan, jika kita melihat kembali semua ekspektasi dan tantanganmu, apakah ada kesenjangan besar yang kamu rasakan antara apa yang kamu harapkan dengan realitas kerja di pasar tradisional ini?

"(24) Terakhir, apakah ada hal lain yang ingin kamu sampaikan atau sarankan kepada pemilik kios agar Gen Z bisa bekerja lebih baik di sini?"

Lampiran 3 Lembar *Memberchecking* Pemilik Kios

PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (*COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR*) GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL
(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri	
1.	Nama samaran	:	
2.	Jenis kelamin	:	
3.	Tanggal Lahir	:	
3.	Pendidikan terakhir	:	
4.	Agama	:	
5.	Jenis usaha	:	
6.	Nama Samaran kios	:	
7.	Lama mengelola kios	:	

Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: _____

Tanggal: _____

Tanda Tangan: _____

Lampiran 4 Lembar Memberchecking Informan Pekerja Gen Z

PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (*COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR*) GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL

(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri	
1.	Nama samaran :		
2.	Jenis kelamin :		
3.	Tanggal lahir :		
4.	Pendidikan terakhir :		
5.	Agama :		
6.	Jenis usaha :		
7.	Tempat kios bekerja :		
8.	Lama bekerja :		

Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: _____

Tanggal: _____

Tanda Tangan: _____

Lampiran 5 Rencana Jadwal Penelitian

NO	KEGIATAN	JULI				AGUSTUS				NOVEMBER				DESEMBER			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Sidang RUPT																
2	Revisi																
3	Persiapan Penelitian																
4	Pelaksanaan Penelitian																
5	Pengolahan Data																
6	Penyusunan Laporan																
7	Seminar Hasil																
8	Revisi																

Sumber : Data di olah Peneliti 2025

SEMARANG
FEB UNDIP

Lampiran 6 *Draft* wawancara pemilik kios Non Komoditas

INFORMAN 1
Kode Informan: R1
Nama samaran: US
Jenis kelamin: Laki-laki
Pendidikan terakhir: SMA
Jenis usaha: Kios Pakaian
Nama kios: R2
Lama mengelola kios: 28 Tahun
Tempat wawancara: Kios R2, Blok C, Pasar Baru Ciawi
Tanggal wawancara: 18 November 2025
Waktu: 09.40–10.55 WIB

A. PEMBUKAAN & LATAR BELAKANG

P:

“Terima kasih Pa Haji sudah menyempatkan waktu. Seperti yang saya sampaikan sebelumnya, wawancara ini bersifat rahasia dan hanya untuk keperluan penelitian. Untuk memulai, bisa Pa Haji ceritakan bagaimana perjalanan mengelola Kios R 2 dan pengalaman bekerja dengan anak-anak Gen Z?”

R1:

“Iya A..., sami-sami. Pa Haji ngurus kios R2 ini mulai tahun 2019. Lokasina di Blok C, dua kios digabung jadi satu. Dari dulu memang jualan pakaian, tapi baru dua sampai tiga tahun terakhir banyak pakai anak-anak muda Gen Z.

Kalau dibandingkan sama pekerja dulu yang generasi X perbedaannya kerasa pisan. Dulu pekerja itu manut, telaten, kerja itu ya kerja. Sekarang mah beda... ada yang rajin, tapi ada juga yang sering bikin kepala goyang. Tapi ya namanya anak muda, masih butuh dibimbing.”

B. PANDANGAN PEMILIK TENTANG PEKERJA & PERILAKU MERUGIKAN

P:

“Menurut Pa Haji, pekerja yang ‘baik’ itu seperti apa? Dan perilaku seperti apa yang dianggap kurang pas atau merugikan kios?”

R1:

“Pekerja yang baik itu disiplin, sopan, bersih, sama sigap melayani pembeli. Kalau pembeli merasa nyaman, mereka balik lagi.

Tapi ada juga yang bikin rugi... misal kerja lambat, ngobrol keras-keras, atau asal beresin barang. Pernah juga pembeli lewat depan kios, terus dengar anak-anak ngobrol pakai bahasa yang kurang pantas. Itu pembeli langsung belok ke kios sebelah. Nah hal-hal gitu mah jelas merugikan.”

C. DIMENSI *CWB* – DETAIL PENGALAMAN

POOR BEHAVIOUR

1. Keterlambatan & disiplin waktu

P:

“Bagaimana soal ketepatan waktu? Apakah pekerja sering telat atau pulang lebih cepat?”

R1:

“Ya ada beberapa yang sering telat, A... alasannya macam-macam. Kadang pulang cepat juga dengan dalih ‘ada keperluan’. Padahal kios masih rame.”

2. Bekerja lambat, tidak fokus, atau tidak maksimal

P:

“Pernah melihat pekerja lambat atau tidak memperhatikan pekerjaan?”

R1:

“Sering. Ada yang kalau lagi capek atau main HP, jadi lambat pisan. Padahal pembeli kadang butuh pelayanan cepat. Kalau begitu pembeli bisa kabur ke kios lain.”

3. Keluar saat jam kerja

P:

“Apakah ada yang diam-diam keluar saat jam kerja?”

R1:

“Pernah. Ada yang bilang mau ke kamar mandi, tapi ternyata nongkrong dulu di terminal. Kios jadi kosong, pembeli nggak ada yang layani. Itu mah jelas merugikan.”

4. Istirahat berlebihan / makan lama

P:

“Bagaimana soal istirahat?”

R1:

“Kadang istirahat suka lebih dari satu jam. Apalagi kalau lagi ketemu temannya. Kalau saya tegur, biasanya baru sadar.”

5. Absen tanpa izin / sakit palsu

P:

“Apakah pernah pekerja tidak hadir tanpa izin?”

R1:

“Pernah A..., bilang sakit tapi ternyata ketemu sedang jalan-jalan di luar. Itu bikin Pa Haji kewalahan buka kios sendirian.”

2. MISUSE OF ORGANISATIONAL RESOURCES (Penyalahgunaan Sumber Daya)

1. Menggunakan barang kios tanpa izin

P:

“Bagaimana dengan penggunaan barang kios oleh pekerja?”

R1:

“Ada saja A... sandal dipakai, tisu dipakai, kresek kios sering cepat habis padahal belum banyak pembeli. Kadang dipakai buat bungkus barang belanjaan pribadi.”

6. Menggunakan HP berlebihan

P:

“Apakah penggunaan HP sering mengganggu pekerjaan?”

R1:

“Heheh... itu mah tiap hari. Kalau kios sepi, mereka buka TikTok, WA, rekam video. Pas pembeli datang baru buru-buru simpan HP. Tapi kelihatan dari pelayanan jadi kurang fokus.”

7. Kerusakan barang dan tidak mengaku

P:

“Pernah ada pekerja merusak barang lalu menyembunyikan?”

R1:

“Ada A.. Pernah manekin jatuh patah, tapi dibilangnya ‘kesenggol pembeli’. Padahal jelas itu karena mereka main-main.”

8. Komunikasi tidak pantas mengurangi citra kios

P:

“Bagaimana dengan cara komunikasi pekerja?”

R1:

“Nah ini A... yang paling Pa Haji perhatiin. Kadang kalau ngobrol itu keras pisan, pakai bahasa yang kurang pantas. Pernah pembeli lewat, terus ngedengein omongan anak-anak yang agak ‘kasar’. Pembelinya langsung minggir, nggak jadi masuk.

Hal-hal kecil begitu mah bisa bikin kios rugi. Di pasar, citra itu penting. Kalau pembeli merasa nggak nyaman, mereka pilih ke kios sebelah.”

3. INAPPROPRIATE COMMUNICATION

P:

“Apakah pernah pekerja kurang sopan ke rekan atau ke Pa Haji?”

R1:

“Pernah juga. Kadang kalau lagi capek, ngomongnya ketus. Atau suka ngegosip soal kios lain. Walaupun suasana pasar kekeluargaan, tapi tetap harus sopan. Kalau tidak, bisa bikin suasana kerja tidak enak.”

D. PEMAKNAAN & FAKTOR PEMICU

P:

“Menurut Pa Haji, apa yang membuat pekerja melakukan perilaku yang merugikan itu?”

R1:

“Banyak faktornya A...

mmm Satu...Ada yang karena masalah keluarga jadi dibawa ke kerja.

terus ada yang karena merasa tidak diawasi, jadi santai berlebihan.

terus...Ada yang karena belum paham etika kerja pasar.

Tapi kebanyakan karena mereka masih muda. Kadang mikirnya ‘yang penting masuk kerja’, tapi nggak mikir dampaknya ke kios.”

E. PENUTUP

P:

“Apa yang Pa Haji harapkan dari pekerja Gen Z ke depan?”

R1:

“Pa Haji cuma ingin mereka disiplin, sopan, dan jaga kebersihan. Terus kalau kerja, fokus. Jangan banyak main HP. Kalau semua itu dijaga, kios jadi ramai, mereka juga ikut senang.”

P:

“Nuhun Pa Haji, ceritanya sangat membantu untuk penelitian saya.”

R1:

“Sami-sami A..., mudah-mudahan lancar tesisnya.”

FEB UNDIP

**PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR)
GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL**

(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri
1.	Nama samaran	: U.S
2.	Jenis kelamin	: L
3.	Tanggal Lahir	: 13 - 12 - 72
3.	Pendidikan terakhir	: SMA
4.	Agama	: Islam
5.	Jenis usaha	: Jualan Pakaian
6.	Nama Samaran kios	: KIOS RENCAL II
7.	Lama mengelola kios	: 28 Tahun

Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: [REDACTED]

Tanggal: 18 - 11 - 2025

Tanda Tangan: [Signature]

INFORMAN 2 (R2)
Kode Informan: R2
Nama samaran: AR
Jenis usaha: Kios Pakaian – R1
Pendidikan terakhir: SMA
Lama mengelola kios: 28 tahun
Tempat wawancara: Kios R1 – Blok C bagian tengah, Pasar Baru Ciawi
Tanggal wawancara: 19 November 2025
Waktu: 10.10–11.45 WIB

A. Pembukaan & Latar Belakang

P:

“Terima kasih Ibu sudah meluangkan waktu. Sesuai prosedur, wawancara ini rahasia dan identitas Ibu akan disamarkan. Untuk mulai, boleh diceritakan perjalanan Ibu mengelola kios ini terutama sejak mempekerjakan anak-anak Gen Z?”

R2:

“Iya A..., sami-sami. Saya ngurus kios R1 ini sudah lama pisan, dari tahun 1999. Lokasinya di Blok C bagian tengah, termasuk area yang ramai. Kios saya ukurannya sedang, tapi alhamdulillah lengkap dari baju anak, gamis, celana, kaos, semuanya ada. Jadi pelanggan sering bolak-balik.

Dulu pekerja saya kebanyakan generasi X. Mereka itu kerjanya telaten, manut, dan kalau dikasih tugas ya dikerjakan tanpa banyak tanya. Tapi dua-tiga tahun terakhir saya mulai pakai pekerja Gen Z. Cara kerjanya beda A..., ada yang sigap,

tapi ada juga yang ‘cape’ lah, banyak main HP, atau ngobrol keras-keras. Dunia sekarang mah beda, jadi saya ikut menyesuaikan.”

B. MAKNA PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (*CWB*)

P:

“Menurut Ibu, pekerja yang ‘baik’ di kios itu seperti apa? Dan pernahkah melihat perilaku yang kurang pantas atau merugikan?”

R2:

“Pekerja yang baik itu yang jaga sikap, bersih, bisa dipercaya, dan kalau bekerja itu fokus. Kalau pembeli datang, langsung sigap. Nah, yang bikin saya kadang pusing itu kalau mereka kerjanya setengah hati. Misal ngobrol keras—padahal pembeli lewat depan kios.

Pernah ada calon pembeli sudah mau masuk ke kios, tapi mungkin dengar cara anak-anak ini ngobrol yang agak kasar. Eh, dia malah belok ke kios sebelah. Itu jelas rugi buat saya.”

C. *CWB*: POOR BEHAVIOUR (WAKTU, DISIPLIN & PRODUKTIVITAS)

1. Keterlambatan & pulang cepat

P:

“Bagaimana dengan soal kedisiplinan waktu?”

R2:

“Ada A..., yang telat datang itu biasa. Kadang alasannya urusan rumah, kadang bangun kesiangan. Pulang juga kadang lebih cepat, bilangny mau beli sesuatu tapi lama baliknya.”

2. Keluar saat jam kerja & tidak fokus

P:

“Apakah pekerja pernah keluar tanpa izin?”

R2:

“Sering. Mereka bilang ‘Bu, ka WC’, tapi nyatanya diam-diam ke terminal, jajan, atau ketemu pacarnya. Kadang sampai 20 menit nggak ada. Kalau kebetulan pembeli datang, saya jadi kewalahan.”

3. Lambat bekerja, tidak teliti

R2:

“Anak-anak muda itu kadang kerjanya lambat. Misal melipat baju saja bisa lama padahal pembeli sudah nunggu. Ada juga yang kalau lagi banyak pikiran jadi asal-asalan. Pernah hitungan setoran tidak sesuai karena mereka salah catat.”

4. Keseimbangan kerja – HP & urusan pribadi

P:

“Bagaimana dengan penggunaan HP?”

R2:

“Wah itu mah sering pisan A... Kalau saya cuek sedikit, mereka main TikTok, WA, atau bahkan bikin video. Saya sering bilang, ‘HP simpen heula’, tapi namanya anak muda, kadang susah.”

D. MISUSE OF RESOURCES (PENYALAHGUNAAN SUMBER DAYA)

1. Pemakaian barang kios

R2:

“Mereka suka pakai sandal saya, tisu kios, pulpen, bahkan kantong plastik. Padahal kantong plastik itu saya beli lumayan mahal. Kalau dipakai untuk belanjaan mereka sendiri tanpa bilang, lama-lama habis A...”

2. Penjualan barang pinjaman tanpa dicatat (*CWB* tambahan)

P:

“Di pasar dikenal sistem pinjam barang antar kios. Pernahkah terjadi hal yang merugikan Ibu?”

R2:

“Pernah, dan ini yang paling bikin saya merasa dirugikan. Misal kios saya kehabisan ukuran, terus pekerja minjam barang ke kios sebelah—itu hal biasa. Tapi pernah ada yang jual barang pinjaman itu tanpa dicatatkan ke buku.

Keuntungannya mereka simpan sendiri. Saya tahunya pas stok dan uang tidak cocok. Itu sama saja seperti mencuri, A... karena saya tidak tahu barang itu sudah terjual.”

E. *COMMUNICATION PROBLEMS* (KOMUNIKASI TIDAK PANTAS)

P:

“Bagaimana soal komunikasi pekerja sehari-hari?”

R2:

“Inilah yang sering saya tegur. Kadang mereka ngobrol keras pisan. Memang suasana pasar itu riweh, tapi kalau terlalu keras bisa mengganggu. Pernah saya dengar mereka bercanda pakai bahasa Sunda yang kurang pantas untuk di depan pelanggan. Bagi pembeli, first impression itu penting A... Jadi kalau sudah dengar omongan yang tidak enak, mereka batal beli.”

F. PEMAKNAAN FENOMENOLOGIS & FAKTOR PEMICU

P:

“Menurut Ibu, apa yang membuat anak-anak ini kadang berperilaku seperti itu?”

R2:

“Mungkin karena dua hal A...

Pertama, mereka masih muda. Cara pikirnya beda, lebih santai.

Kedua, suasana pasar ini kekeluargaan. Mereka merasa bebas, jadi suka lupa aturan.

Kalau pemilik jarang ada di kios, ya suasananya makin santai. Anak-anak jadi kurang diawasi dan seenaknya keluar-masuk. Jadinya banyak perilaku yang menurut saya masuk kategori merugikan.”

G. PENUTUP

P:

“Apakah ada hal lain yang ingin Ibu tambahkan?”

R2:

“Mungkin yang paling penting itu komunikasi. Kalau anak-anak ini bisa jaga omongan, kios juga kelihatan lebih profesional. Dan soal kebersihan—kalau kios bersih, pembeli nyaman. Saya berharap para pekerja Gen Z bisa lebih bertanggung jawab, karena kios ini sumber nafkah keluarga saya, A...”

P:

“Nuhun pisan Ibu, wawancara ini sangat membantu penelitian saya.”

R4:

“Sami-sami A..., semoga lancar dan sukses ya tesisnya.”

FEB UNDIP

PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR)
GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL
(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri
1.	Nama samaran	: AR
2.	Jenis kelamin	: P
3.	Tanggal Lahir	: 23 - 3 - 1973
3.	Pendidikan terakhir	: SMK
4.	Agama	: ISLAM
5.	Jenis usaha	: JUALAN PAKEAN
6.	Nama Samaran kios	: RETAIL I
7.	Lama mengelola kios	: 28 th

Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: _____

Tanggal: 19-11-2025

Tanda Tangan: _____

INFORMAN 3

Kode Informan: R3

Nama Samaran: ASK

Jenis Usaha: Kios Pakaian NP

Pendidikan Terakhir: SMA

Lama Mengelola: 25 Tahun

Tempat Wawancara: Kios NP Blok D bagian pinggir

Tanggal: 21 November 2025

Waktu: 10.15–11.45 WIB

A. Pembukaan & Latar Belakang Pengalaman

P:

“Terima kasih Pa Haji sudah bersedia meluangkan waktu. Seperti biasa, percakapan kita bersifat rahasia. Untuk memulai, Pa Haji bisa cerita sedikit tentang perjalanan mengelola Kios NP dan pengalaman mempekerjakan anak-anak muda Gen Z?”

R3:

“Iya A..., sami-sami. Jadi saya ngurus Kios NP ini udah lama pisan, kurang lebih dari tahun 2015-an. Kios ini adanya di Blok D bagian pinggir, lumayan mudah dilihat orang, makanya pembeli sering mampir.

Awalnya yang kerja di sini itu kebanyakan generasi X, orang-orang sepantaran saya atau sedikit lebih muda. Mereka itu kerjanya telaten, manut, nggak banyak tingkah. Baru sekitar dua–tiga tahun terakhir mulai banyak anak-anak Gen Z yang kerja di sini. Nah, yang muda-muda ini beda, A... Ada yang rajin, tapi ada juga

yang kalau ngomong suka ngegas, kalau kerja kadang kurang fokus. Tapi ya gimana... pasar sekarang tuh butuh tenaga cepat, jadi kita harus maklum.”

B. Makna Pekerja “Baik” dan Pengalaman *CWB*

P:

“Menurut Pa Haji, pekerja yang baik di kios seperti ini itu seperti apa? Dan perilaku apa yang dianggap merugikan?”

R3:

“Pekerja yang baik itu jelas: datang tepat waktu, jaga kebersihan, sigap sama pembeli, dan bisa dipercaya. Soalnya jualan baju itu butuh orang yang cekatan.

Yang bikin saya pusing itu kalau ada pekerja yang cuek. Misal kios masih kotor, rak berdebu, plastik baju kusam, atap ada sarang laba-laba. Pembeli itu peka, A... Kalau lihat kotor sedikit saja suka langsung kabur ke kios sebelah. Pernah ada pembeli bilang pelan, ‘Kayaknya bajunya lama ya, keliatan berdebu...’ Wah itu mah malu pisan.”

P:

“Pernah ada kejadian spesifik terkait perilaku merugikan?”

R3:

“Ada A... banyak malah. Contoh paling bikin kesel itu kalau mereka jual barang pinjaman dari kios lain, tapi untungnya nggak dicatat. Pernah anak saya cerita, barang dari kios sebelah dijual, tapi duit keuntungannya nggak masuk pembukuan. Itu mah jelas *CWB* menurut saya, ya pencurian kecil namanya.”

C. Eksplorasi *CWB* Berdasarkan Dimensi

1. Perilaku Buruk (Disiplin & Produktivitas)

P:

“Bagaimana soal kedisiplinan waktu, keterlambatan, atau keluar saat jam kerja?”

R3:

“Ada beberapa yang suka telat, A... alasannya macam-macam, dari ngurus rumah sampai kesiangan. Terus kadang ada yang keluar diam-diam ke terminal, katanya beli minum atau ke kamar mandi, padahal papasan sama pacarnya. Kalau lagi rame terus mereka nggak ada, itu bikin repot.”

P:

“Pernah melihat mereka tidak fokus atau bekerja lambat?”

R3:

“Sering. Kadang kalau mood mereka lagi jelek, kerjaan jadi asal-asalan. Lipatan baju nggak rapi, etalase nggak diberesin. Ada juga yang main HP lama, bikin pembeli nunggu. Pernah pembeli sampai bilang, ‘Ini pegawainya sibuk HP ya?’ Duh, itu nyesek A...”

2. Abai Kebersihan & Penggunaan Barang Kios

P:

“Bagaimana soal kebersihan kios?”

R3:

“Ini tuh masalah klasik banget, A... Mereka sering lupa lap plastik baju, padahal itu yang paling pertama dilihat pembeli. Kalau plastiknya kusam, pembeli mikir barangnya stok lama. Belum lagi sarang laba-laba di atas... padahal sudah saya bilang tiap pagi cek.”

P:

“Apakah pekerja sering memakai barang kios untuk keperluan pribadi?”

R3:

“Wah sering banget. Pakai sandal saya buat sholat, ambil kresek buat bungkus barang pribadinya, pakai pulpen kios, tisu, sampai charger juga. Ada sebagian pemilik yang cuek, tapi kalau saya mah tetap hitung itu merugikan. Kantong plastik itu ada harganya, A... beli per bal itu lumayan.”

3. Penyalahgunaan Barang & Menutupi Kesalahan

P:

“Pernah ada kejadian pekerja merusak barang kios?”

R3:

“Pernah manekin jatuh, pecah sedikit. Tapi bilanganya ‘kesenggol pembeli’. Padahal saya tahu itu nggak mungkin. Itu juga bentuk *CWB* kecil tapi nyata.”

4. Membocorkan Kode Barang (TEMUAN UTAMA)

P:

“Bagaimana pendapat Pa Haji soal kode barang yang dibocorkan pekerja?”

R3:

“Nah ini yang paling bahaya, A... Pernah ada pekerja yang cerita kode barang ke temannya yang kerja di kios lain. Itu fatal. Pembeli bisa tahu modal barang berapa, lalu nawar setinggi-tingginya. Kita nggak bisa ambil untung.

Pernah kejadian, ada pembeli nawar sambil nyebut kode. Saya langsung sadar pasti ada yang bocorin. Itu mah kerugian besar.”

5. Komunikasi Tidak Pantas

P:

“Bagaimana dengan gaya komunikasi pekerja Gen Z?”

R3:

“Kadang bahasanya kurang pantas. Misal ngobrol pakai bahasa Sunda kasar ringan padahal ada pembeli lewat. Ada yang teriak-teriak manggil temannya, maksudnya bercanda, tapi jatuhnya bikin kios kelihatan nggak profesional.

Sering saya lihat pembeli yang tadinya mau masuk, begitu dengar pegawai ngomong keras atau kurang sopan, langsung belok. Itu nyata A..., saya lihat sendiri. Jadi jelas merugikan.”

D. Pemaknaan Fenomenologis & Faktor Pemicu

P:

“Kalau Pa Haji memaknai semua perilaku ini sebagai apa?”

R3:

“Saya lihat ini karena mereka masih muda, emosinya belum stabil, terus suasana pasar juga kekeluargaan. Jadi mereka merasa bebas. Kadang juga karena bos nggak ada di kios, mereka jadi longgar—main HP lama, ngobrol keras, keluar tanpa izin. Mereka pikir nggak ada yang menilai.”

P:

“Menurut Pa Haji, apa faktor terbesar pemicu perilaku ini?”

R3:

“Kurang pengawasan, aturan kurang jelas, dan karakter anak muda zaman sekarang yang ingin bebas. Tapi saya yakin kalau diarahkan dengan baik, mereka bisa. Asal komunikasinya tepat.”

E. Penutup

P:

“Terima kasih banyak Pa Haji. Ada hal lain yang ingin ditambahkan?”

R3:

“Saya cuma berharap pekerja Gen Z ini lebih peka. Pasar itu tempat hidup saya. Kalau mereka jaga kios dengan baik, hasilnya buat kita semua. Kalau mereka asal-asalan, yang rugi bukan cuma saya, tapi juga mereka sendiri.”

P:

“Hatur nuhun Pak Haji ya atas wawancaranya...”

R3:

“Eh...sami sami A, Lancar nya penelitianna A..”



**PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR)
GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL**

(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri
1.	Nama samaran	: ASK
2.	Jenis kelamin	: Laki-laki
3.	Tanggal Lahir	: 23 - september 1979
3.	Pendidikan terakhir	: SMA
4.	Agama	: Islam
5.	Jenis usaha	: Jualan pakaian
6.	Nama Samaran kios	: Kios Nopal
7.	Lama mengelola kios	: 25 thn.

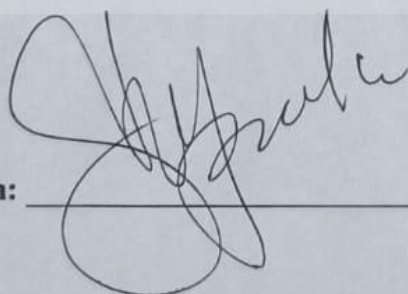
Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: _____

Tanggal: 21 - 11 - 2025

Tanda Tangan: _____



INFORMAN 4 (R4)

Kode Informan: R4

Nama samaran: IL

Jenis usaha: Kios Kain EX

Pendidikan terakhir: SMA

Lama Mengelola : 30 Tahun

Lokasi kios: Blok B bagian luar, Pasar Baru Ciawi

Tempat wawancara: Kios EX Pasar Baru Ciawi

Tanggal wawancara: 22 November 2025

Waktu: 09.30–11.00 WIB

A. Pembukaan & Latar Belakang Pengalaman

P:

“Terima kasih Ibu sudah bersedia meluangkan waktu. Semua percakapan ini bersifat rahasia. Untuk mulai, bisakah Ibu ceritakan perjalanan Ibu mengelola Kios EX, khususnya sejak mulai mempekerjakan pekerja Gen Z?”

R4:

“Iya A..., sami-sami. Ibu ngurus Kios EX ini sudah lama pisan, dari akhir tahun 90-an. Dari dulu saya jualan kain di sini. Kiosnya ada di *Blok B bagian luar*, jadi orang lewat itu otomatis kelihatan. Kain yang saya jual macam-macam: ada katun, wolfis, sifon, organdi, tile, sampai kain gamis tebal.

Dulu pekerja Ibu kebanyakan orang tua, generasi X. Mereka itu tenang, telaten, kalau kerja mah fokus. Baru dua–tiga tahun terakhir saya mulai ambil pekerja Gen Z. Nah... di sini mulai kerasa bedanya, A... Ada yang rajin, ada juga yang sering

bikin Ibu tarik napas panjang. Hehe. Tapi ya namanya anak-anak muda, dunianya beda.”

B. Makna Perilaku Kontra-produktif (*CWB*)

P:

“Menurut Ibu, pekerja yang ‘baik’ itu seperti apa? Dan sebaliknya, perilaku seperti apa yang sering merugikan di kios Ibu?”

R4:

“Pekerja yang baik itu yang sigap, teliti, sopan ke pembeli, dan nggak banyak main HP. Kalau pekerja kain itu harus teliti, A..., karena kalau salah ngukur beberapa centimeter saja bisa jadi masalah.

Yang kurang pas itu yang kerjanya malas, ngobrol keras-keras, atau main HP terus padahal pembeli nunggu. Pernah juga ada yang melayani pembeli sambil cengengesan sama temannya, itu bikin pembeli ilfeel.

Yang paling Ibu inget itu waktu kios lagi rame, etalase berantakan, tapi anak itu malah duduk main HP. Waktu ditegur, mukanya manyun. Ibu jadi kesel, karena itu merugikan. Sikap seperti itu bikin pembeli kabur.”

C. Eksplorasi Pengalaman *CWB* (Per Dimensi)

1. Poor Behaviour – Disiplin & Produktivitas

P:

“Bagaimana pengamatan Ibu terkait disiplin waktu dan produktivitas pekerja Gen Z?”

R4:

“Kalau soal datang telat, iya A..., beberapa kali. Alasan macam-macam: ngurus

rumah lah, kesiangan lah. Terus ada yang jam kerja suka keluar diam-diam, bilanganya ke toilet padahal ke luar dulu jajan.

Soal kerja cepat atau lambat, kadang mereka itu ‘ngahaja lalawora’... Pekerjaan seperti lipat kain, beberes display, itu suka ditunda. Kalau ditegur malah kayak nggak terima.”

P:

“Bagaimana dengan penggunaan HP?”

R4:

“Wah itu A..., kayaknya HP itu sudah nempel di tangan. Kalau sepi sedikit langsung buka TikTok. Bahkan pernah satu kali pembeli lewat, terus kayaknya mau masuk, tapi dengar si anak lagi ketawa-ketawa keras lihat video. Pembelinya langsung jalan lagi. Ibu rugi jelas.”

2. Penyalahgunaan Sumber Daya Kios

P:

“Apakah pernah ada penyalahgunaan alat atau barang kios?”

R4:

“Ada A... Kadang mereka pakai sandal Ibu untuk sholat, pakai pulpen kios buat catat kebutuhan pribadi, ambil kresek kecil untuk belanja rumah. Saya tahu itu kecil, tapi lama-lama habis cepat. Kresek itu harganya lumayan, bukan gratis.”

P:

“Bagaimana dengan kerusakan barang?”

R4:

“Pernah mannequin jatuh, katanya kesenggol pembeli. Tapi dari posisi jatuhnya mah keliatan itu karena ditarik terlalu keras. Tapi ya mereka suka menutup-nutupi supaya nggak dimarahin.”

3. Penjualan Barang Pinjaman Tanpa Mencatat (TEMUAN BARU)

P:

“Di pasar sering ada peminjaman barang antar kios. Pernah ada kasus yang merugikan Ibu?”

R4:

“Ada pisan A... Ini yang paling Ibu sesalkan.

Kadang kalau kain tertentu habis, mereka minjam dulu ke kios sebelah. Itu biasa.

Tapi pernah ada kejadian, barang pinjaman dijual, tapi keuntungannya tidak dicatat. Malah katanya ‘lupa’. Padahal hilang beberapa ribu itu kan tetap uang. Kalau sering kejadian, ya kerasa rugi.”

“Ibu anggap itu termasuk *CWB*, karena sama saja kaya nyimpen keuntungan sendiri.”

4. Membocorkan Kode Barang (TEMUAN BARU)

P:

“Bagaimana dengan kode barang? Apakah pernah terjadi kebocoran informasi?”

R4:

“Pernah A... Ini mah fatal.

Kode barang itu rahasia kios, supaya kita bisa atur harga. Tapi pernah ada anak cerita ke temannya dari kios lain tentang cara baca kode kain di Elatex.

Padahal kalau kode itu bocor, orang bisa tahu modalnya berapa.

Akhirnya saya sempat dapat pembeli yang nawar terlalu rendah karena katanya sudah ‘tahu modalnya’. Itu jelas merugikan.”

“Anak itu bilanganya iseng, tapi akibatnya besar.”

5. Komunikasi Tidak Pantas – Dampak ke Pembeli

P:

“Terkait komunikasi pekerja, apakah pernah ada dampaknya ke citra kios?”

R4:

“Sering A... Kadang mereka ngobrol keras banget, pakai bahasa Sunda kasar ringan. Niatnya bercanda, tapi pembeli itu kan sensitif.

Saya pernah lihat calon pembeli lewat, dengar mereka tertawa keras sambil ngomong yang kurang pantas, akhirnya pembeli itu belok ke kios lain. Itu jelas rugi buat Ibu.”

D. Kesimpulan & Pemaknaan Fenomenologis

P:

“Kalau melihat semua kejadian itu, bagaimana Ibu memaknai tindakan mereka?”

R4:

“Saya paham mereka masih muda, A... Kadang gaya kerja mereka spontan, gampang terdistraksi, emosinya cepat berubah. Tapi di sisi lain, beberapa tindakan itu jelas merugikan, terutama kalau sudah soal kebersihan, kode barang, dan penjualan barang pinjaman.”

“Kalau saya lihat, kadang itu muncul karena tidak ada pengawasan. Kalau saya lagi ke gudang atau keluar kios sebentar, langsung santai, main HP, ngobrol keras. Lingkungan pasar itu kekeluargaan, jadi mereka merasa bebas.”

E. Faktor Terbesar Pemicu *CWB*

P:

“Menurut Ibu, apa faktor terbesar yang memicu perilaku tersebut?”

R4:

“Pertama, kurangnya rasa memiliki terhadap kios. Mereka pikir ‘yang penting datang kerja’.

Kedua, tuntutan kerja yang dianggap berat, misalnya ngukur kain terus-terusan.

Ketiga, suasana pasar yang terlalu santai, jadi mereka dibawa.

Dan terakhir, faktor pribadi... kalau di rumah lagi ada masalah, biasanya kerjanya jadi asal-asalan.”

F. Penutup

P:

“Ada hal lain yang ingin Ibu tambahkan?”

R4:

“Mungkin aturan harus lebih jelas A...”

Terus kalau bisa pekerja diberi pemahaman soal risiko kebocoran kode barang, dan pentingnya menjaga kebersihan.

Kalau komunikasi mereka bisa lebih sopan, saya yakin penjualan juga naik.”

P:

“Nuhun pisan Ibu, ceritanya sangat membantu penelitian saya.”

R4:

“Sami-sami A..., semoga lancar tesisnya.”

FEB UNDIP

**PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR)
GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL**

(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri
1.	Nama samaran	: I L
2.	Jenis kelamin	: perempuan
3.	Tanggal Lahir	: 03-09-1972
3.	Pendidikan terakhir	: SMA
4.	Agama	: Islam
5.	Jenis usaha	: Jualan Kain
6.	Nama Samaran kios	: ELLATEX
7.	Lama mengelola kios	: 30 tahun

Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: [REDACTED]

Tanggal: 22 - 11 - 2025

Tanda Tangan: [Signature]

INFORMAN 5 (R5)

Kode Informan: R5

Nama samaran: PN

Jenis usaha: Kios Sepatu

Lokasi kios: Blok B bagian dalam, Pasar Baru Ciawi (deretan sepatu & sandal)

Pendidikan terakhir: SMA

Lama mengelola: 33 Tahun

Tempat wawancara: Kios SM

Tanggal: 24 November 2025

Waktu: 09.55–11.20 WIB

A. Pembukaan & Latar Belakang

P:

“Terima kasih Ibu sudah meluangkan waktu. Seperti biasa, percakapan ini rahasia.

Untuk awal, Ibu bisa cerita perjalanan usaha Ibu dan pengalaman bekerja dengan anak-anak muda?”

R5:

“Iya A..., sami-sami. Ibu jualan sepatu di sini sudah lama pisan, dari awal tahun 2000-an. Dulu kios ini kecil, cuma satu petak. Setelah agak maju, baru Ibu nambah satu lagi dan dijadiin satu ruang. Lokasinya di Blok B bagian dalam, dekat jalur orang keluar-masuk pasar, jadi lumayan ramai.

Dulu yang kerja di sini itu orang-orang yang usianya sudah matang, generasi X. Kerja tuh ya kerja. Mereka nggak banyak nanya, nggak banyak drama, dan kalau dikasih tugas, langsung beres. Nah dua–tiga tahun terakhir ini Ibu mulai ambil anak-anak Gen Z. Mereka itu beda pisan karakternya. Ada yang cekatan, ada juga yang sering bikin Ibu geleng kepala. Tapi namanya juga anak-anak muda, Ibu coba pahami.”

B. Pemilik Menilai: Pekerja Baik vs Pekerja yang Merugikan

P:

“Kalau menurut Ibu, pekerja yang baik itu seperti apa? Dan sebaliknya, perilaku yang merugikan itu apa?”

R5:

“Pekerja yang baik itu yang sigap, cepat tanggap kalau ada pembeli, dan mau jaga kebersihan. Terus kalau Ibu ngomong, diperhatikan. Jangan asal-asalan.

Yang merugikan itu banyak bentuknya A... misal malas, ngobrol keras-keras, keluar tanpa bilang, atau main HP padahal pembeli lagi nunggu. Yang paling bikin Ibu berat hati itu kalau mereka membuat image kios jadi jelek. Pernah ada pembeli lewat depan kios, terus dengar dua pekerja ngobrol pakai bahasa Sunda yang agak kurang sopan, suaranya keras. Pembeli itu langsung belok ke kios sebelah. Ibu lihat sendiri. Rasanya tuh nyesek, A..., karena itu kan jelas merugikan.”

C. *CWB* Dimensi POOR BEHAVIOUR

1. Soal Disiplin Waktu

P:

“Bagaimana soal disiplin waktu, Bu?”

R5:

“Kadang suka telat, A... Ada yang datang setengah jam lebih. Alasannya macem-macem. Tapi namanya kios, kalau pagi nggak siap, ya pembeli bisa kecewa.”

2. Pekerjaan Selesai Asal-Asalan

R5:

“Beberapa itu kadang nyusun sepatu cuma asal ditumpuk. Padahal display itu penting banget buat menarik pembeli. Pernah Ibu lihat, tumpukan dus sepatu miring semua, Ibu tanya, ‘Kunaon kitu?’, katanya buru-buru. Padahal nggak rame-rame amat.”

3. Keluar Saat Jam Kerja

P:

“Pernah Ibu lihat pekerja keluar saat jam kerja?”

R5:

“Ada pisan A... Kadang bilanganya ke kamar mandi, tapi sampai 20 menit nggak balik. Eh ternyata ketemu pacarnya di terminal. Kalau lagi sepi mah Ibu masih maklum, tapi kalau lagi rame itu merugikan. Pernah ada pembeli yang mau ambil ukuran, pekerjaanya hilang. Ibu harus bolak-balik sendiri sampai ngos-ngosan.”

D. *CWB*: Penyalahgunaan Sumber Daya Kios

P:

“Bagaimana dengan penggunaan fasilitas kios?”

R5:

“Nah ini salah satu yang sering Ibu lihat. Mereka itu kadang pakai barang-barang kios seenaknya. Misalnya pakai sandal Ibu untuk sholat tanpa bilang dulu. Terus tisu kios dipakai untuk bersih-bersih HP mereka. Ada juga yang ngecas HP seharian di kios, padahal colokan itu buat lampu dan kipas.

Yang paling terasa itu plastik pembungkus. Ibu beli plastik itu banyak dan lumayan mahal. Tapi cepat sekali habis. Setelah dicek, ternyata beberapa pekerja suka memakainya untuk bungkus belanjaan pribadi. Jadi bukan buat konsumen. Lama-lama kerasa juga A..., apalagi kalau stok habis pas kios rame.”

E. Penjualan Barang Pinjaman (Temuan Penting)

P:

“Bagaimana dengan penjualan barang pinjaman dari kios lain, Bu?”

R5:

“Ini kejadian yang Ibu paling tidak suka, A.... Di pasar ini sudah biasa kalau satu kios kekurangan ukuran sepatu, kita minjam dulu ke kios sebelah. Nah, beberapa pekerja Gen Z itu kalau mereka minjam sendiri, mereka jual barangnya tapi tidak dicatat ke buku.

Keuntungannya malah mereka simpan untuk diri sendiri. Katanya itu ‘hasil usaha dia’, padahal itu jelas merugikan. Pernah Ibu hitung, harusnya ada selisih untung, tapi kosong. Setelah ditelusuri, baru ketahuan kalau barang pinjaman itu dijual tapi tidak dicatat. Buat Ibu itu sudah masuk kategori mencuri.”

F. Komunikasi Tidak Pantas & Dampaknya

P:

“Bagaimana dengan komunikasi pekerja, Bu?”

R5:

“Di pasar itu suasananya memang kekeluargaan, A..., tapi tetap harus sopan. Ada pekerja yang kalau ngobrol suka keras, pakai bahasa Sunda kasar ringan. Biar akrab katanya. Tapi pembeli itu beda A... mereka bisa salah paham. Ibu pernah lihat pembeli sudah mau masuk, tapi begitu dengar pekerja ngobrol keras sambil bercanda, langsung mundur.

Kadang niatnya bercanda, tapi efeknya bisa hilang satu pembeli.”

G. *CWB* Lain: Ketika Pemilik Tidak Ada

P:

“Kalau Ibu tidak ada di kios, ada pengaruh tidak?”

R5:

“Ada pisan A... Kalau Ibu tidak ada, pekerja itu lebih santai. Kadang mereka duduk lama sambil main HP, atau beberesnya ditunda-tunda. Pernah juga Ibu sengaja datang lebih cepat tanpa bilang, ternyata satu pekerja masih tidur-tiduran di kursi sambil main TikTok. Ya jelas itu menurunkan semangat kerja.”

H. Kesimpulan, Makna, dan Faktor Pemicu

P:

“Menurut Ibu, kenapa perilaku-perilaku ini terjadi?”

R5:

“Mungkin karena suasana pasar itu longgar A..., kekeluargaan. Jadi mereka merasa bebas. Terus faktor usia juga. Anak-anak sekarang kadang lebih sensitif. Kalau ditegur sedikit keras, langsung down. Tapi bukan berarti boleh seenaknya. Menurut Ibu, faktor keluarga juga pengaruh. Kadang ada yang datang dengan wajah kusut, katanya habis ribut di rumah. Akhirnya kerja jadi tidak fokus.”

I. Penutup

P:

“Terakhir, Bu, ada saran untuk perbaikan ke depan?”

R5:

“Ibu mah cuma ingin pekerja itu lebih jujur dan lebih sadar kalau kios ini sumber penghasilan keluarga. Aturan sebaiknya jelas, komunikasi dibangun baik-baik. Tapi kalau mereka terus-terusan bikin rugi, ya tentu Ibu harus tegas.”

P:

“Nuhun pisan Ibu, ceritanya sangat membantu penelitian saya.”

R5:

“Sami-sami A..., mudah mudahan lancar tesisnya.”

PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR)

GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL

(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri
1.	Nama samaran	: PN
2.	Jenis kelamin	: PEREMPUAN
3.	Tanggal Lahir	: 7 MARET 1992
3.	Pendidikan terakhir	: SMA
4.	Agama	: ISLAM
5.	Jenis usaha	: PEDAGANG SEPATU
6.	Nama Samaran kios	: MUSTARI
7.	Lama mengelola kios	: 33 tahun

Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: POPENG MURSAH

Tanggal: 24 - 11 - 2025

Tanda Tangan: Lottekai

Lampiran 7 *Draft* wawancara Pekerja Gen Z kios Non Komoditas

Wawancara 6
Kode Informan: R6
Nama samaran: KT
Jenis kelamin: Perempuan
Pendidikan terakhir: SMA
Jenis kios: Kios Pakaian R2
Lama bekerja: 9 tahun
Tempat wawancara: Terminal Pasar Ciawi & area sekitar kios
Tanggal wawancara: 06-07 November 2025
Waktu: 15.10–16.25 WIB

A. Pembukaan & Konteks Kerja

P:

“Terima kasih Teh KT sudah menyempatkan waktu untuk ngobrol. Seperti yang saya sampaikan sebelumnya, wawancara ini bersifat rahasia. Untuk awal, Teh bisa cerita dulu tentang suasana kerja Teh sehari-hari di kios R 2?”

R6:

“Iya A..., sami-sami. Jadi suasana di kios R 2 mah lumayan rame, apalagi kalau hari pasaran. Biasanya pagi saya beres-beres dulu, lipat baju, nyapu, bersihin etalase. Kalau pembeli mulai datang, ya langsung stand by ngelayanin.

Kalau lagi sepi, biasanya saya duduk bentar, lihat HP, kadang ngobrol sama pekerja kios sebelah. Namanya juga pasar, A..., ramai tapi kadang juga panjang sepi. Jadi ya dicampur-campur antara kerja sama nunggu pembeli.”

B. Nilai Generasi Z & Orientasi Kerja

P:

“Makna pekerjaan ini apa buat Teh?”

R6:

“Penting A..., soalnya saya bantu keluarga juga. Ibu di rumah, ayah kerja serabutan, jadi saya yang paling stabil penghasilannya. Selain uang, saya jadi punya pengalaman, jadi lebih terbiasa ngomong sama orang.”

P:

“Teh nyaman sama bos tipe seperti apa?”

R6:

“Yang jelas ngomongnya baik A..., tegas boleh, tapi jangan ngegas.

Di kios R 2 mah alhamdulillah pemiliknya baik, cuma ya ada kalanya beliau tegas. Pernah dulu saya ditegur karena kios kelihatan kotor. Katanya, ‘Dari pagi ngapain wae? Kok etalase masih berdebu?’

Padahal waktu itu saya baru selesai melayani pembeli banyak. Tapi karena nadanya agak kurang enak, saya kepikiran seharian, A... Jadi kerja malah jadi nggak fokus. Kadang kalau negurnya terlalu keras, saya bisa kepikiran sampai sore.”

C. Tantangan Kerja & Pemicu *CWB*

1. Faktor keluarga – pemicu perilaku “asal-asalan”

P:

“Hal apa yang paling bikin Teh jenuh atau stres waktu kerja?”

R6:

“Selain bosan kalau pembeli sepi, yang paling berat itu kalo di rumah lagi ada masalah, A...

Kadang saya ke kios itu justru buat ngilangin suasana rumah. Pernah ada masalah keluarga, adik ribut sama tetangga, terus Ibu juga lagi sensitif. Saya jadi males di rumah.

Tapi efeknya ya ke kerjaan... Saya jadi capek duluan, nggak fokus. Pernah salah hitung uang setoran sama jumlah baju yang terjual. Terus saya beberesnya jadi ngasal, lipatannya nggak rapi.”

2. Disiplin kerja & jam datang

P:

“Bagaimana soal waktu datang?”

R6:

“Iya A..., kadang telat. Soalnya saya ngurus adik dulu di rumah. Kalau lagi banyak urusan keluarga, saya jadi telat lebih dari setengah jam. Saya tahu itu salah, tapi kadang kondisi rumah bikin pusing.”

3. Keluar diam-diam & main HP

P:

“Teh pernah keluar tanpa izin saat jam kerja?”

R6:

“Pernah A..., kadang ke terminal buat beli jajanan atau kipas angin kecil buat di rumah. Pernah juga pergi sebentar buat ketemu pacar yang kebetulan lewat. Saya pikir nggak apa-apa selama cepat balik.”

P:

“Bagaimana dengan penggunaan HP?”

R6:

“Hahaha... sering A... Kalau lagi sepi saya buka TikTok atau WA. Kadang sambil lipat baju, sambil lihat video. Bos tahu, tapi selama pembeli nggak ada biasanya didiemin.”

4. Menggunakan barang kios

P:

“Pernah menggunakan barang kios untuk keperluan pribadi?”

R6:

“Iya A... Kadang saya pakai sandal punya pemilik buat sholat. Terus ambil kresek kecil buat bungkus belanjaan. Pulpen kios juga sering saya pakai buat catat kebutuhan belanja rumah. Saya pikir itu biasa aja, toh cuma dikit.”

P:

“Kalau soal kode barang di kios, Teh pernah cerita atau membocorkan ke orang luar?”

R6 (tambahan sesuai karakter Gen Z):

“Pernah A... tapi saya mah nggak sadar kalau itu tuh penting pisan. Jadi waktu ada temen yang kerja di kios lain nanya, ‘Harga modalna sabaraha?’, saya teh spontan aja nyebutin contoh kode barang di kios R 2 itu kayak gimana cara bacanya.

Saya pikir itu cuma informasi umum aja, A..., soalnya di pasar juga hampir semua kios mah punya kode-kode gitu. Baru setelah pemilik bilang, saya sadar kalau itu bisa bikin pembeli jadi nawar terlalu rendah. Jujur teh, saya nggak nyangka kalau itu bisa merugikan.”

5. Kerusakan barang & menutupinya

P:

“Teh pernah merusak barang kios?”

R6:

“Iya pernah A... Kursi plastik patah karena saya dudukin sambil geser-geser. Tapi saya takut dimarahin, jadi bilangnya kursinya keinjek anak pembeli. Waktu itu saya panik A..., jadi ngomong apa adanya saja biar aman.”

6. Komunikasi & gosip

P:

“Bagaimana dengan komunikasi Teh sehari-hari?”

R6:

“Kadang saya kalau ngobrol sama teman pakai bahasa Sunda kasar ringan. Biar akrab aja. Pernah juga ngomongin pemilik kios ke teman kalau saya lagi kesel. Biasanya kalau baru ditegur atau lagi capek.”

D. Pemaknaan & Normalisasi *CWB*

P:

“Menurut Teh, memakai barang kios atau keluar tanpa izin itu wajar?”

R6:

“Menurut saya wajar kalau nggak berlebihan, A... Di pasar itu kan suasananya santai. Yang penting kalau pembeli datang, kita langsung sigap.”

Tambahan sinkron dengan temuan penelitian:

“Soal kode barang itu juga saya kira awalnya biasa, A... soalnya di antara teman-teman kerja juga suka ngobrolin kode masing-masing kios. Saya baru ngerti belakangan kalau itu sebenarnya bisa ngaruh ke penentuan dalam penawaran harga. Dulu mah saya anggapnya cuma sebagai pengetahuan aja.”

E. Penutup

P:

“Ada saran untuk pemilik kios supaya Gen Z bisa bekerja lebih baik?”

R6:

“Mungkin kasih aturan jelas aja A..., terus kalau negur itu jangan di depan pembeli. Gen Z mah kalau ditegur keras suka makin down, terus kerjaan jadi nggak maksimal.”



**PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR)
GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL**

(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri
1.	Nama samaran	: kt
2.	Jenis kelamin	: p
3.	Tanggal lahir	: 12-12-1998
4.	Pendidikan terakhir	: SMP
5.	Agama	: Islam
6.	Jenis usaha	: Jualan Pakaian
7.	Tempat kios bekerja	: Kios RUMAH 2
8.	Lama bekerja	: 1 Tahun

Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: [REDACTED]

Tanggal: 7-11-2025

Tanda Tangan: [Signature]

Wawancara 7
Kode Informan: R7 Nama samaran: NS Jenis kelamin: Perempuan Pendidikan terakhir: SMA Jenis kios: Kios Pakaian – R1 Lama bekerja: 5 tahun Tempat wawancara: Terminal Pasar Ciawi (sambil makan bakso) Tanggal wawancara: 10 November 2025 Waktu: 14.10–15.05 WIB

A. Pembukaan & Konteks Kerja

P:

“Terima kasih, Teh NS, sudah mau ngobrol. Supaya enak, Teh bisa ceritakan dulu suasana kerja sehari-hari Teh di Kios R1? Dan alasan kenapa memilih kerja di pasar tradisional?”

R7:

“Iya A..., sami-sami. Jadi kerjaan saya tiap hari itu lumayan rame. Kios R1 itu kan kios yang banyak langganannya, jadi dari pagi sampai sore selalu ada aja yang lewat. Kalau pagi biasanya saya langsung beresin lipatan baju, nyapu dikit, ngelapin etalase biar nggak berdebu. Kalau sudah kelar, saya jaga depan.

Kerja di pasar itu saya pilih karena deket rumah, A... dan saya juga sudah biasa di lingkungan pasar dari dulu. Orang tua juga kerja di sekitaran sini, jadi rasanya aman. Lagi pula, gaji harian walaupun nggak besar, tapi cukup buat bantu kebutuhan rumah.”

B. Nilai Gen Z & Orientasi Kerja

P:

“Buat Teh, pekerjaan ini bermakna apa?”

R7:

“Buat penghasilan jelas penting, A... soalnya saya ikut bantu keluarga. Tapi selain uang, saya juga merasa kerja di sini bikin saya lebih kuat mental. Meladeni pembeli itu kan macem-macam sifatnya. Jadi saya belajar sabar, belajar ngomong sama orang, belajar ngatur emosi juga.”

P:

“Teh lebih nyaman dengan atasan seperti apa?”

R7:

“Saya nyaman kalau bosnya tegas tapi ngomongnya baik, A. Yang jelas arahannya. Jangan sampai kalau menegur itu ngegas. Soalnya saya tuh orangnya kepikiran, A...

Dulu pernah ada kejadian, kios masih keliatan agak kotor, terus Ibu bilang, ‘Ratna, ti isuk kieu naon waé damelna?’ — nadanya agak keras. Sehari saya kepikiran, A... jadi kerja malah makin nggak fokus karena takut salah lagi.”

C. Tantangan & Pemicu Perilaku Kontra-produktif (*CWB*)

1. Faktor ketidakadilan & kejenuhan

P:

“Teh pernah merasa ada ketidakadilan dalam pembagian tugas atau upah?”

R7:

“Ada A..., kadang saya disuruh beresin banyak hal sendiri sementara teman lain jaga luar saja. Terus soal upah, ya pas-pasan. Kadang saya merasa kerja saya banyak tapi ya gitu-gitu aja.”

2. Stres kerja & masalah pribadi sebagai pemicu *CWB*

P:

“Hal apa yang paling bikin Teh jenuh atau stres?”

R7:

“Pembeli cerewet itu bikin capek, A... Apalagi yang nawar nggak masuk akal. Tapi yang paling berat itu kalau saya lagi ada masalah di rumah.

Pernah A..., saya lagi berantem sama adik di rumah. Terus emak juga ngomel, jadi kepala panas. Saya pilih cepat-cepat pergi kerja biar nggak makin ribut. Tapi efeknya... kerja saya jadi malas, A..., ngelayanin pembeli jadi asal-asalan. Lipatan baju jadi nggak rapi. Bahkan pernah salah nyatet harga, harusnya Rp 120 ribu saya tulis Rp 102 ribu. Itu gara-gara pikiran kemana-mana.”

3. Tidak ada pemilik = memicu *CWB*

P:

“Menurut Teh, ada pengaruh nggak kalau bos tidak di kios?”

R7:

“Ada pisan A... Kalau Ibu lagi nggak di kios, suasana itu rasanya lebih santai. Jadi saya suka agak malas, gerak lambat, nunda beberes sampai sore. Kadang kalau bos nggak ada, saya keluar agak lama buat beli jajan di terminal. Saya tahu itu salah... tapi ya gimana A..., kalau nggak ada yang ngeliatin, rasanya bebas.”

4. “Tidak Mencatat Keuntungan dari Barang Pinjaman”

P:

“Selain itu, ada nggak hal-hal lain yang pernah Teh lakukan karena terpaksa atau karena suasana kerja?”

R7:

“Ada A..., kadang kalau ada pembeli cari barang yang kebetulan nggak ada di kios R 1, saya suka minjem dulu ke kios sebelah. Itu biasa terjadi di pasar.

Nah... pernah beberapa kali waktu saya jualin barang pinjaman itu, saya nggak langsung catat ke buku. Soalnya kan saya yang repot nyari dan layanin pembelinya. Jadi keuntungan lebihnya saya simpen sendiri, A...

Saya tahu itu salah... cuma waktu itu saya mikir, 'Saya yang capek, masa semuanya harus disetor?'

Sekarang-sekarang saya baru sadar kalau itu bisa bikin Ibu rugi."

5. "Membocorkan Kode Barang"

P:

"Kalau soal kode barang, Teh pernah dengar soal itu?"

R7:

"Iya A..., tahu. Kode itu kan buat lihat modal barang.

Jujur pernah sekali dua kali saya bilang ke teman dari kios lain, waktu dia nanya, 'Ratna, kode ieu naon? Modalna sabaraha?'

Karena saya pikir itu hal biasa... toh sama-sama pekerja.

Tapi belakangan Ibu pernah bilang kalau kode tuh rahasia. Baru saya ngeh kalau mungkin apa yang saya omongin itu bikin beliau rugi, soalnya kalau pembeli tahu modal, mereka pasti nawar ketat."

4. Penggunaan HP & kegiatan pribadi saat bekerja

P:

"Penggunaan HP bagaimana?"

R7:

"Hahaha... itu mah hampir tiap hari A... Kalau kios lagi sepi, saya buka TikTok, WA, atau upload story. Kadang bikin video singkat sambil lipat baju."

5. Penggunaan barang kios (CWB)

P:

"Teh pernah memakai barang kios untuk keperluan pribadi?"

R7:

“Sering A...

Kadang ambil kresek kecil, pakai pulpen kios, atau pakai sandal Ibu buat ke mushola. Kadang saya juga ambil tisu atau plastik kalau habis belanja dari luar. Saya anggap itu biasa.”

6. Keluar diam-diam, pulang cepat, dan pacaran saat jam kerja

R7:

“Kadang saya keluar diam-diam ke terminal buat jajan sama teman. Pernah juga saya ketemu pacar bentar. Alasannya cuma pengen ngadem dari tekanan.”

7. Komunikasi kurang pantas & gosip

P:

“Kalau soal komunikasi, gimana?”

R7:

“Kadang saya kalau ngobrol sama teman pakai bahasa Sunda kasar sedikit. Kita itu biar akrab aja A... tapi saya sadar kalau pembeli dengar bisa salah paham. Kadang juga saya ngomongin sikap bos ke teman dekat kalau lagi kesel. Ya buat ngeluarin unek-unek aja.”

D. Pemaknaan & Normalisasi *CWB*

P:

“Menurut Teh, memakai barang kios atau keluar saat jam kerja itu wajar?”

R7:

“Menurut saya wajar selama nggak berlebihan A... Apalagi kalau bos nggak ada, ya godaan buat keluar bentar itu gede. Soal kode barang itu juga A..., dulu saya kira biasa aja. Tapi sekarang saya sadar kalau salah ngomong bisa bikin kios rugi. Kadang saya tuh spontan ngomong, nggak kepikiran dampaknya.”

E. Penutup

P:

“Ada saran buat pemilik kios supaya Gen Z lebih baik bekerja?”

R7:

“Mungkin lebih banyak komunikasi aja A... Terus kalau negur jangan di depan pembeli, itu bikin kami kepikiran seharian.

Kalau aturan jelas dan cara ngomongnya enak, saya yakin anak-anak Gen Z juga bisa kerja lebih rajin.”

P: Baik Terimakasih The NS atas kesediaannya menjalankan wawancara

R7 :

mmm... “Sami-sami A Hatur nuhun mudah mudahan Lancar Tesisna hehe”



**PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR)
GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL**

(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri
1.	Nama samaran	: NS
2.	Jenis kelamin	: p
3.	Tanggal lahir	: 07-09-1999
4.	Pendidikan terakhir	: SMK
5.	Agama	: ISLAM
6.	Jenis usaha	: Jualan pakaian
7.	Tempat kios bekerja	: kios Rendal 1
8.	Lama bekerja	: 5 tahun

Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: _____

Tanggal: 10 - 11 - 2025

Tanda Tangan: my

Wawancara Responden 8
Kode Informan: R8
Nama samaran: HY
Jenis kelamin: Perempuan
Pendidikan terakhir: SMA
Jenis kios: Kios Pakaian NP
Lama bekerja: 4 tahun
Tempat wawancara: Warung milik HY, Cihaneut
Tanggal: 14 November 2025
Waktu: 15.10–16.25 WIB

A. Pembukaan & Konteks Kerja

P:

“Terima kasih Teh HY sudah meluangkan waktu hari ini. Obrolan ini rahasia, dan Teh bebas cerita apa adanya. Untuk mulai, bisa gambarkan dulu suasana kerja Teh sehari-hari di Kios NP? Dan kenapa Teh memilih kerja di pasar tradisional?”

R8:

“Iya A..., sami-sami. Kios NP itu suasananya rame pisan, apalagi kalau hari pasaran. Kiosnya gede, baju-bajunya numpuk sampai ke atas rak, dari gamis, atasan, celana, sampai pakaian anak. Kalau pagi biasanya saya beberes dulu lap etalase, rapiin lipatan, cek stok. Kalau udah lewat jam sembilan, biasanya pembeli mulai berdatangan.

Saya lebih milih kerja di pasar karena dari dulu juga saya udah biasa ‘ngider’ sama orang tua. Lumayan deket dari rumah, cuma perjalanan lima belas menit. Terus bisa sekalian ngurus warung kecil saya. Jadi kerja di pasar itu rasanya cocok sama ritme hidup saya.”

B. Nilai & Orientasi Kerja Gen Z

P:

“Kalau buat Teh sendiri, apa arti pekerjaan ini?”

R8:

“Buat saya mah penting, A... selain buat nambah penghasilan, kerja di pasar itu bikin saya nggak terlalu mikirin masalah rumah. Kadang kalau ada masalah keluarga, saya justru milih cepat-cepat berangkat kerja biar nggak kepikiran. Tapi efeknya kadang saya jadi kurang fokus, kerja juga jadi agak sembarangan, misal ngelipet baju tergesa-gesa atau salah catat penjualan.”

P:

“Teh lebih nyaman dengan pemilik kios yang seperti apa?”

R8:

“Saya paling nyaman kalau bos itu tegas tapi ngomongnya jelas. Pak ASK itu biasanya baik, cuma kalau lagi rame dan saya salah, beliau bisa sedikit meningkatkan suaranya. Pernah waktu kios berantakan banget, beliau bilang ‘OR, tadi pagi ngapain wae?’, saya langsung kepikiran seharian, A... kalau udah begitu, saya jadi kerja terburu-buru tapi malah tambah banyak salah.”

C. Tantangan Kerja & Pemicu *CWB*

1. Ketidakadilan atau Ketidakseimbangan Kerja

P:

“Pernah merasa ada ketidakadilan di kios?”

R8:

“Ya kadang, A... misalnya saya udah beberes banyak, tapi teman lain cuma duduk. Tapi upah mah standar pasar, cuma saya kadang ngerasa kerja lebih banyak tapi hasilnya tetap.”

2. Stres kerja & kejenuhan

P:

“Hal apa yang paling bikin Teh jenuh atau stres?”

R8:

“Kalau kios lagi sepi itu jenuh pisan, A... dan kalau ada masalah di rumah, saya suka dibawa ke kerjaan. Misal habis ribut sama tetangga, saya datang ke kios tapi pikiran masih muter. Jadinya saya malas beberes, lipatan baju asal saja, atau mencatat penjualan bisa ketuker.”

3. Ketidakhadiran pemilik → memicu *CWB*

R8:

“Terus kalau Pak ASK lagi nggak di kios, suasana pasti beda. Jujur, A..., kalau bos nggak ada itu suka jadi malas. Kayak ‘ah da teu aya nu ningali’, jadi kerja sekenanya. Kadang saya duduk lama sambil main HP, atau keluar ke terminal beli jajanan tanpa bilang.”

D. *CWB* yang Dilakukan & Cara Memaknainya

Keluar diam-diam saat kerja

P:

“Teh pernah keluar diam-diam saat jam kerja?”

R8:

“Hampir tiap hari A... bukan kabur, tapi misal ke terminal beli es, beli *skincare*, atau ketemu pacar sebentar. Saya pikir selama nggak lama, itu biasa saja. Tapi kalau lagi suntuk banget di rumah, saya lebih sering keluar sebentar-bentar.”

Menggunakan barang kios

P:

“Bagaimana dengan memakai barang kios untuk keperluan pribadi?”

R8:

“Iya saya sering, A... ambil plastik buat bungkus belanja, pakai sandal kios kalau mau sholat, atau pakai tisu dan pulpen kios. Pernah juga ambil hanger dan besi

gantungan yang udah jarang dipakai buat warung saya. Saya merasa itu bukan masalah besar.”

Merusak barang tapi tidak mengaku

R8:

“Pernah juga manekin jatuh A... waktu itu saya takut dimarahin, jadi saya bilang kalau itu kesenggol pembeli. Kadang saya mikir, selama bos nggak lihat langsung, mending saya ‘ngamanin’ dulu cerita biar nggak kena marah. Terus A..., jujur saya pernah bilangin kode barang ke pekerja kios lain. Jadi waktu itu ada teman saya dari kios sebelah nanya, ‘OR, ieu kode na naon? Harga modalna sabaraha?’

Saya itu ngomong aja, A..., soalnya kan sering saling pinjem-pinjaman barang di pasar. Saya pikir itu biasa, apalagi dia juga teman dekat.

Saya baru ngerti belakangan kalau katanya itu bisa bikin pemilik rugi. Soalnya kalau orang luar tahu kode barang, otomatis tahu juga modalnya. Tapi waktu itu mah saya bener-bener nggak mikir sejauh itu, A...

Saya cuma nganggep itu hal kecil yang sering kejadian di pasar, bukan sesuatu yang merugikan. Tapi kalau dipikir-pikir, iya juga sih... bisa bikin tawar-menawar jadi susah.”

Penggunaan HP berlebihan

P:

“HP ini kan jadi bagian hidup Gen Z ya Teh... biasanya dipakainya seperti apa waktu jaga kios?”

R8:

“Main HP itu udah kayak refleksi A... kalau kios sepi, saya langsung buka WA, TikTok, atau update story. Kadang sambil jaga kios saya rekam sedikit buat konten, ya biar gak bosan.”

E. Emosi Negatif & Ancaman Harga Diri

P:

“Pernah merasa harga diri Teh terancam?”

R8:

“Pernah banget, A... kalau dimarahin pelanggan atau ditegur keras sama bos. Saya tuh orangnya sensitif, jadi kalau nada suara naik dikit aja, langsung kepikiran sampai pulang. Kalau udah begitu, saya kerja seadanya dulu sampai pikiran tenang.”

F. Normalisasi *CWB* di antara pekerja Gen Z

P:

“Kalau soal penggunaan HP waktu kerja gimana, Teh? Biasanya seberapa sering Teh pakai HP saat jaga kios? Dan biasanya dipakai untuk apa?”

R8:

“Di lingkungan pasar mah hal-hal kayak ambil kantong plastik, keluar sebentar, pakai sandal bos, itu biasa A... Semua pekerja Gen Z yang saya kenal juga begitu. Kita nganggep itu ‘kompensasi kecil’ lah karena kerjaan banyak tapi gajinya pas-pasan. Selama nggak ngambil uang atau barang mahal, kami merasa tidak apa-apa.”

G. Penutup & Harapan

P:

“Kalau melihat semua ini, ada saran untuk pemilik kios?”

R8:

“Mungkin lebih diperhatiin aja A..., kalau pekerja lagi ada masalah personal, pasti dibawa ke kerja. Kalau bos bisa nanya kabar atau kasih arahan yang enak, pekerja juga jadi lebih semangat. Sama kalau bisa, upahnya ditambah dikit. Biar kami yang kerja tiap hari juga kerasa dihargai.”

P:

“Siap Makasih ya teh atas waktunya untuk wawancara”

R8:

“Sami-sami A renal..”



**PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR)
GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL**

(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri
1.	Nama samaran	: HT
2.	Jenis kelamin	: Perempuan
3.	Tanggal lahir	: 01 - Maret - 2002
4.	Pendidikan terakhir	: SMA
5.	Agama	: Islam
6.	Jenis usaha	: Jualan Pakaran
7.	Tempat kios bekerja	: Kios Hafal
8.	Lama bekerja	: 4 tahun

Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: _____

Tanggal: 12 - 11 - 2025

Tanda Tangan: _____

WAWANCARA 9

Kode Informan: R9

Nama Samaran: NST

Jenis kelamin: Perempuan

Tempat bekerja: Kios Kain EX

Pendidikan: SMP

Lama bekerja: 3 tahun

Tempat wawancara: depan Kios EX

Tanggal: 19 November 2025

Waktu: 10.30–11.52 WIB

A. Pembukaan & Konteks Kerja

P:

“Terima kasih Teh NST sudah meluangkan waktu. Seperti biasa, obrolan ini sifatnya rahasia. Untuk mulai, Teh bisa ceritakan bagaimana suasana kerja sehari-hari di kios kain ini?”

R9:

“Iya A..., sami-sami. Di Kios EX ini mah suasananya rame kalau lagi musim acara atau akhir pekan. Kain itu kan banyak jenisnya, A..., ada katun, wolvis, tile, sifon, organdi, sampai kain gamis tebal. Jadi kalau pembeli datang suka lama milih.

Pagi biasanya saya bebersih dulu, ngukur sisa kain, melipat gulungan, nyapu, beresin plastik pembungkus yang kadang berdebu. Tapi kalau lagi sepi, saya suka duduk sambil lihat HP sebentar. Kalau sudah ramai mah fokus penuh, soalnya ngukur kain itu harus teliti pisann.”

B. Nilai Gen Z & Orientasi Kerja

P:

“Pekerjaan ini berarti apa untuk Teh sendiri?”

R9:

“Penting pisan A..., soalnya saya bantu orang tua di rumah. Selain uang, saya senang karena saya punya kegiatan. Saya juga belajar ngomong sama pembeli, belajar sabar, belajar teliti ngukur kain.”

P:

“Gaya kepemimpinan seperti apa yang menurut teteh nyaman?”

R9:

“Saya nyaman sama bos yang tegas tapi ngomongnya baik. Bu HI biasanya baik A..., cuma kalau lagi capek atau kios berantakan, nadanya bisa naik sedikit. Pernah saya ditegur karena gulungan kain masih acak-acakan, sepanjang hari saya kepikiran. Jadi kerja pun jadi lambat.”

C. Tantangan Kerja & Pemicu Perilaku Kontra-produktif (*CWB*)

1. Ketidakadilan & perasaan tidak dihargai

P:

“Teh pernah merasa tidak adil dalam tugas atau upah?”

R9:

“Ada A... Kadang kalau ramai, saya yang ngukur terus, sementara teman bagian jaga luar. Capek pisan. Tapi ya gajinya standar pasar, jadi terima saja.”

2. Faktor keluarga → memicu *CWB* (TEMUAN BARU)

P:

“Masalah keluarga pernah dibawa ke kerja?”

R9:

“Sering A... Kadang rumah lagi ribut sama tetangga atau orang tua cekcok. Kepala itu panas. Saya cepat-cepat berangkat kerja biar nggak denger.

Tapi efeknya ya ada... saya datang ke kios dengan perasaan capek dan kesel. Jadinya ngukur kain suka salah beberapa centimeter, lipatan berantakan, atau salah hitung uang pembeli. Bukan disengaja merugikan, tapi pikiran saya kemana-mana.

3. Ketidakhadiran pemilik → menurunkan semangat (TEMUAN BARU)

P:

“Ada pengaruh nggak kalau Bu HI tidak ada di kios?”

R9:

“Jujur A... kalau Ibu nggak ada, saya suka jadi santai. Rasanya ya... teu aya nu ningali. Kerja jadi lambat. Kadang beberes saya tunda sampai sore. HP saya buka lebih lama. Keluar sebentar beli minum tanpa bilang. Saya tahu kurang bagus, tapi kalau tidak ada pemilik tuh bawaannya malas.”

4. Pembocoran kode barang (*CWB* penting)

P:

“Teh pernah membicarakan atau menunjukkan kode barang ke orang luar?”

R9 (mengangguk pelan):

“Pernah A... tapi saya kira itu hal biasa. Waktu itu ada teman dari kios lain nanya, ‘Kode nu ieu sabaraha?’ terus saya kasih tahu. Saya pikir cuma teman sesama penjual, nggak akan ngaruh.

Saya baru sadar sekarang kalau itu bisa merugikan. Soalnya kalau orang lain tahu modal kain itu berapa, mereka bisa nawar murah pisan. Tapi jujur waktu itu saya nggak mikir sejauh itu, A... Kirain hal kecil.”

5. Perilaku *CWB* lain yang dilakukan

a. Keluar tanpa izin

P:

“Teh pernah keluar diam-diam saat jam kerja?”

R9:

“Iya A..., sering kalau sepi. Ke terminal beli jajanan, atau sekadar jalan bentar. Kadang saya balik cepat, tapi pernah juga kelamaan.”

b. Penggunaan HP berlebihan

P:

“Kalau soal HP, biasanya gimana Teh? Lebih sering dipakai saat sepi atau gimana?”

R9:

“HP mah hampir tiap hari A... kalau kios sepi saya langsung buka TikTok atau WA. Kadang sambil nunggu pembeli saya scroll-scroll biar nggak jenuh. Tapi kalau Ibu ada, HP langsung disimpan.”

c. Penggunaan barang kios

P:

“Barang kios pernah dipakai buat keperluan pribadi?”

R9:

“Sering A... misal pakai pulpen buat catatan pribadi, kresek buat bungkus barang belanja saya, atau pakai mukena dan sandal Ibu waktu mau sholat. Kadang saya pakai air galon kios buat cuci tangan. Saya anggap itu biasa selama kecil-kecilan.”

d. Menutup kesalahan / merusak barang

P:

“Pernah menutup kesalahan?”

R9:

“Pernah A..., manekin sempat jatuh sampai patah ujungnya. Saya bilang kesenggol pembeli. Takut dimarahin.”

e. Komunikasi tidak pantas & gosip

P:

“Soal komunikasi, gimana biasanya?”

R9:

“Kadang saya ngomong sama teman pakai bahasa Sunda agak kasar biar akrab. Pernah juga ngomongin sikap Ibu kalau saya lagi kesel. Saya sadar sih kalau pembeli dengar bisa salah paham.”

D. Emosi Negatif & Ancaman Harga Diri

P:

“Pernah merasa harga diri terancam saat bekerja?”

R9:

“Pernah pisan A... Apalagi kalau ditegur di depan pembeli. Malu pisan. Setelah itu kerja saya langsung drop. Beberes jadi lambat. Saya jadi pengen diem aja.”

E. Normalisasi *CWB* di antara pekerja Gen Z

P:

“Menurut Teh, hal-hal seperti pakai barang kios atau keluar sebentar itu bagaimana? Masih dianggap wajar atau tidak?”

R9:

“Kalau di mata kami mah wajar A... Di pasar itu semua pekerja Gen Z juga begitu. Ambil kresek sedikit, keluar sebentar, pakai sandal bos sebentar, itu biasa. Kita nganggep itu kompensasi kecil karena kerjaan capek tapi gaji standar. Tapi ya... kalau dilihat dari sisi bos mah pasti rugi.”

F. Kesenjangan Harapan–Realita

P:

“Kalau dibanding harapan awal, ada gap nggak?”

R9:

“Ada A... Saya pikir kerja di pasar fleksibel dan santai. Ternyata butuh ketelitian, tenaga, dan harus cepat. Kadang tekanan dari pembeli dan suasana rumah membuat saya nggak stabil.”

G. Penutup

P:

“Ada saran untuk pemilik kios?”

R9:

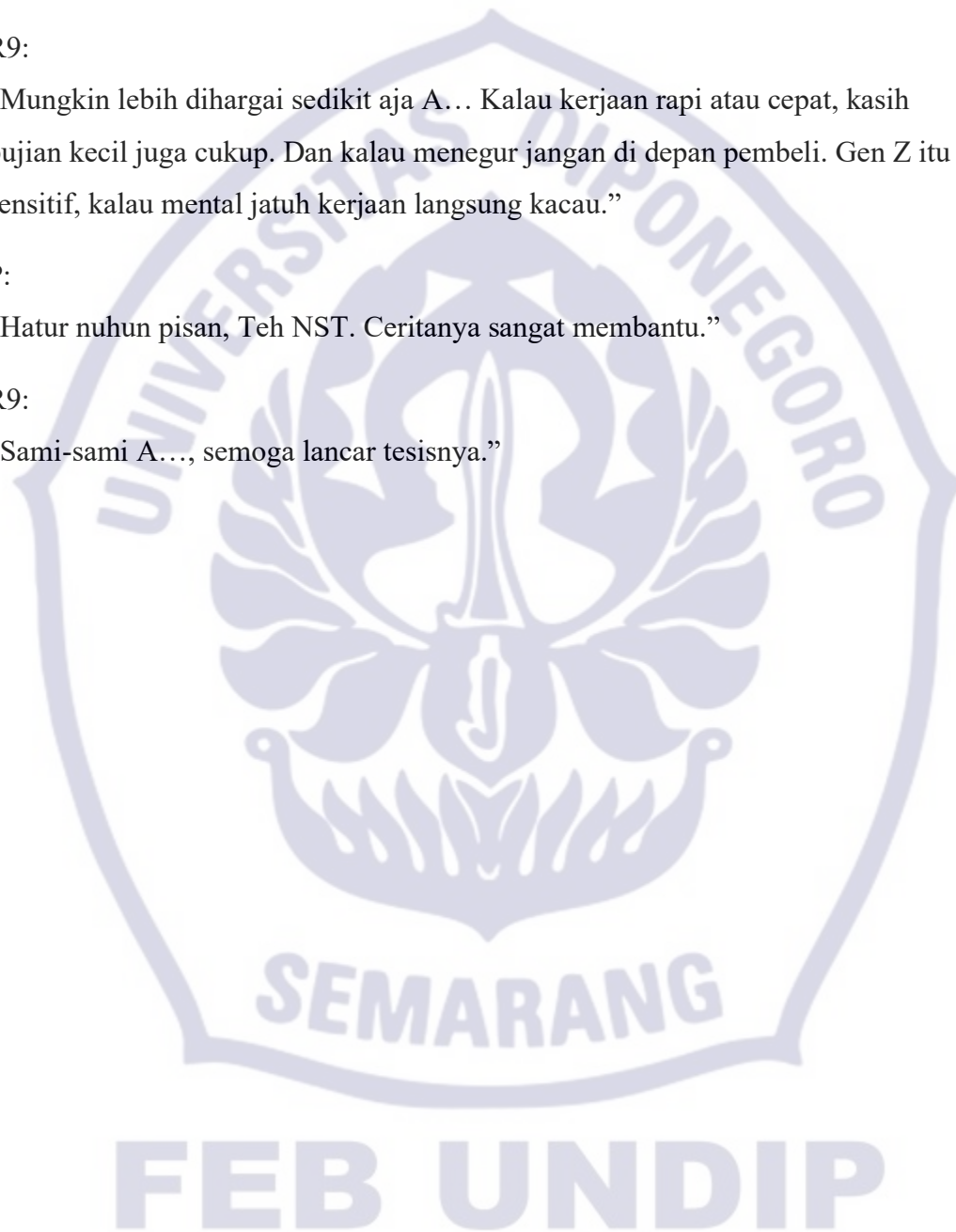
“Mungkin lebih dihargai sedikit aja A... Kalau kerjaan rapi atau cepat, kasih pujian kecil juga cukup. Dan kalau menegur jangan di depan pembeli. Gen Z itu sensitif, kalau mental jatuh kerjaan langsung kacau.”

P:

“Hatur nuhun pisan, Teh NST. Ceritanya sangat membantu.”

R9:

“Sami-sami A..., semoga lancar tesisnya.”



PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR)

GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL

(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri
1.	Nama samaran	: N.S.T
2.	Jenis kelamin	: Perempuan
3.	Tanggal lahir	: 21-08-2000
4.	Pendidikan terakhir	: SMP
5.	Agama	: Islam
6.	Jenis usaha	: Jualan Pakean
7.	Tempat kios bekerja	: EldaTex
8.	Lama bekerja	: 3 Thn

Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: _____

Tanggal: 14-11-2025

Tanda Tangan: _____

Narikh

Wawancara 10
Kode Informan: R10 Nama samaran: TP Usia: 21 tahun Jenis kelamin: Perempuan Pendidikan terakhir: SMP Jenis kios: Kios Sepatu – SM Lama bekerja: 4 tahun Tempat wawancara: Kios SMPasar Baru Ciawi Tanggal: 20 November 2025 Waktu: 15.10–16.25 WIB

A. Pembukaan & Konteks Kerja

P:

“Makasih pisan Teh TP sudah mau ngobrol. Seperti biasa, ini rahasia, dan Teh bebas cerita apa adanya. Untuk mulai, bisa ceritakan dulu suasana kerja Teh sehari-hari di kios sepatu ini?”

R10:

“Iya A..., sami-sami. Suasana kerja di Kios SM mah lumayan rame. Kiosnya dekat pintu keluar, jadi orang lewat pasti banyak. Dari pagi saya beberes display, nyusun dus-dus sepatu, terus siap-siap melayani pembeli. Kalau lagi rame, saya sering bolak-balik ambil ukuran sampai ngos-ngosan.

Kenapa milih kerja di pasar? Ya karena deket rumah, A..., terus jam kerjanya cocok. Lagian saya butuh penghasilan buat bantu orang tua. Awal-awal saya kira kerja di pasar itu gampang, tinggal jaga aja. Ternyata capek juga, fisik sama mental.”

B. Nilai Generasi Z & Orientasi Kerja

Makna pekerjaan

P:

“Apa makna pekerjaan ini buat Teh?”

R10:

“Yang pasti buat nyari uang A... soalnya orang tua juga butuh bantuan. Tapi selain itu saya belajar banyak di sini. Belajar ngomong sopan sama pembeli, belajar sabar kalau ada yang cerewet, belajar ngatur emosi.”

Karakter pemimpin yang nyaman

P:

“Teh nyaman sama pemilik kios yang seperti apa?”

R10:

“Saya suka kalau pemiliknya tegas tapi ngomongnya jelas. Ibu PN orangnya baik, cuma kalau lagi capek atau kios rame, nadanya suka naik. Dulu pernah saya ditegur karena display sepatu masih berantakan. Beliau bilang, ‘Tita ieu ti isuk teu dibereskeun?’ Nadanya cukup keras. Habis itu saya kepikiran seharian A..., kerja jadi nggak fokus. Saya anaknya sensitif.”

C. Tantangan Kerja & Pemicu *CWB*

1. Ketidakadilan & beban kerja

P:

“Pernah merasa ada ketidakadilan?”

R10:

“Iya A... kadang saya ngerasa kerjaan saya lebih berat. Mulai dari beberes,

nyusun dus, sampai lari-lari ambil ukuran. Tapi upahnya ya standar. Kadang kalau lagi capek, semangatnya turun.”

2. Stres kerja & masalah keluarga (TEMUAN BARU)

P:

“Masalah di luar kerja pernah dibawa ke kios?”

R10:

“Sering A... misal di rumah lagi ribut, atau saya lagi ada masalah sama saudara. Saya datang ke kios buat ngilangin pusing itu. Tapi karena pikiran kepecah, saya jadi kerja asal-asalan. Pernah salah nyatet harga, pembeli bayar kurang tapi saya nggak sadar.”

3. Tidak adanya pemilik sebagai pemicu *CWB* (TEMUAN BARU)

P:

“Kalau Ibu PN tidak ada di kios, apa ada bedanya?”

R10:

“Ada pisan A... jujur kalau Ibu nggak ada, saya lebih santai. Kadang duduk lama sambil buka TikTok, WA. Kadang keluar sebentar beli es atau ketemu pacar. Saya tahu itu nggak baik, tapi suasana pasar itu kekeluargaan jadi suka kebablasan.”

4. Perilaku *CWB* – Versi lengkap

a. Penggunaan HP berlebihan

P:

“Bagaimana soal HP? Sering dipakai saat kerja?”

R10:

“Hampir tiap hari A... Kalau kios sepi, otomatis tangan langsung ambil HP. Liat TikTok, update story, atau foto sepatu buat konten. Kalau Ibu ada, saya buru-buru simpan. Tapi kalau lagi sendiri, ya kadang saya lama pegang HP-nya.”

b. Keluar tanpa izin / meninggalkan kios

P:

“Teh pernah keluar tanpa bilang?”

R10:

“Iya A..., sering. Misal ke terminal beli minum, cari jajanan, atau ketemu pacar sebentar. Pernah saya keluar lumayan lama karena lagi banyak pikiran. Balikinya biasa aja seolah nggak terjadi apa-apa.”

c. Menggunakan barang kios

P:

“Bagaimana dengan memakai barang milik kios?”

R10:

“Saya pernah pakai charger HP milik Ibu, pakai sandal beliau buat sholat, ambil tisu kios, atau plastik buat bungkus belanjaan saya. Saya anggap itu biasa A... soalnya semua pekerja juga kadang gitu.”

d. Membocorkan kode barang (TEMUAN BARU – Teh TP termasuk informan yang membocorkan)

P:

“Teh pernah memberi tahu kode barang kepada orang luar?”

R10:

“Iya A..., pernah. Waktu itu ada teman yang punya kios sepatu kecil. Dia tanya kode barang sepatu tertentu, katanya buat perbandingan harga. Saya kasih tahu, soalnya saya pikir itu hal biasa. Saya nggak mikir bakal merugikan.”

“Baru belakangan saya sadar, pemilik bisa rugi kalau kode barang bocor. Tapi waktu itu saya cuma mikir ‘bantu teman’ aja.”

e. Merusak barang & menutupinya

P:

“Pernah merusak barang di kios?”

R10:

“Pernah A... ada sandal display yang putus karetanya pas saya tarik. Saya takut dibilang nggak hati-hati, jadi saya bilang itu sandal sebelumnya sudah longgar. Saya tahu itu salah, tapi saya takut dimarahin.”

f. Komunikasi kurang pantas

P:

“Komunikasi sehari-hari gimana?”

R10:

“Kadang saya ngomongnya terlalu santai A... sama teman kerja suka pakai bahasa Sunda agak kasar. Pernah saya bercanda manggil Ibu Haji ‘gemoy’. Waktu itu saya kira lucu, tapi mikir-mikir lagi mungkin itu nggak sopan.”

“Kalau ngobrol keras-keras sama teman, kadang pembeli yang lewat kayak risih. Pernah ada yang langsung belok ke kios sebelah.”

D. Emosi Negatif & Ancaman Harga Diri

P:

“Pernah merasa harga diri Teh terancam?”

R10:

“Pernah A... terutama kalau dimarahin pembeli atau ditegur keras sama bos. Saya tuh sensitif, jadi kalau nada suara naik sedikit aja kepikiran sampai malam. Habis itu kerja jadi lemes, ngerjain apa pun pelan-pelan.”

E. Normalisasi *CWB*

P:

“Menurut Teh, memakai barang kios atau keluar saat jam kerja itu wajar?”

R10:

“Kalau menurut saya mah wajar-wajar aja A... Semua pekerja Gen Z di pasar

juga begitu. Kita nganggap itu kompensasi kecil karena capek kerja, tapi gajinya pas. Tapi saya ngerti sih, dari sisi pemilik itu bisa merugikan.”

F. Kesenjangan Harapan & Realita

P:

“Ada gap antara harapan Teh dan kenyataan kerja?”

R10:

“Ada banget A... saya kira kerja di pasar itu santai. Ternyata capek, harus cepat, harus teliti. Kalau pembeli bawanya banyak, suka panik sendiri. Tapi ya mau gimana, namanya kerja.”

G. Penutup

P:

“Terakhir, ada saran buat pemilik kios?”

R10:

“Mungkin lebih sering ngobrol sama pekerja A..., biar kalau ada masalah kita bisa cerita. Terus kalau menegur jangan keras-keras. Kalau komunikasi enak, kita juga jadi lebih semangat.”

PERILAKU KONTRA-PRODUKTIF (COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR)
GENERASI Z DI SEKTOR INFORMAL
(Studi Fenomenologi pada Pekerja UKM Generasi Z di Pasar Ciawi Tasikmalaya)

No	Poin Informasi	Data Diri
1.	Nama samaran	: T.P
2.	Jenis kelamin	: P
3.	Tanggal lahir	: 17-11-04
4.	Pendidikan terakhir	: SMP
5.	Agama	: Islam
6.	Jenis usaha	: Jualan sepatu dan sandal
7.	Tempat kios bekerja	: kios mustari
8.	Lama bekerja	: 4 thn

Pernyataan Member Checking

Saya, selaku informan, dengan ini menyatakan bahwa saya telah membaca dan meninjau transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Saya mengonfirmasi bahwa isi transkrip tersebut sesuai dengan jawaban yang saya berikan dan mencerminkan maksud serta pemahaman saya terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dengan ini saya menyetujui bahwa transkrip tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari data penelitian.

Nama Informan: _____

Tanggal: 20-11-25

Tanda Tangan: _____

Lampiran 8 Data Informan

Data Informan Pemilik Kios di UKM Pasar Ciawi Tasikmalaya

Kode Informan	Nama informan pemilik kios	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Jenis kios non komoditi	Lama mengelola kios
R1	US	Laki-laki	SMA	Kios Pakaian	28 Tahun
R2	AR	Perempuan	SMA	Kios Pakaian	28 Tahun
R3	ASK	Laki-Laki	SMA	Kios Pakaian	25 Tahun
R4	IL	Perempuan	SMA	Kios Kain	30 Tahun
R5	PN	Perempuan	SMA	Kios Sepatu	33 Tahun

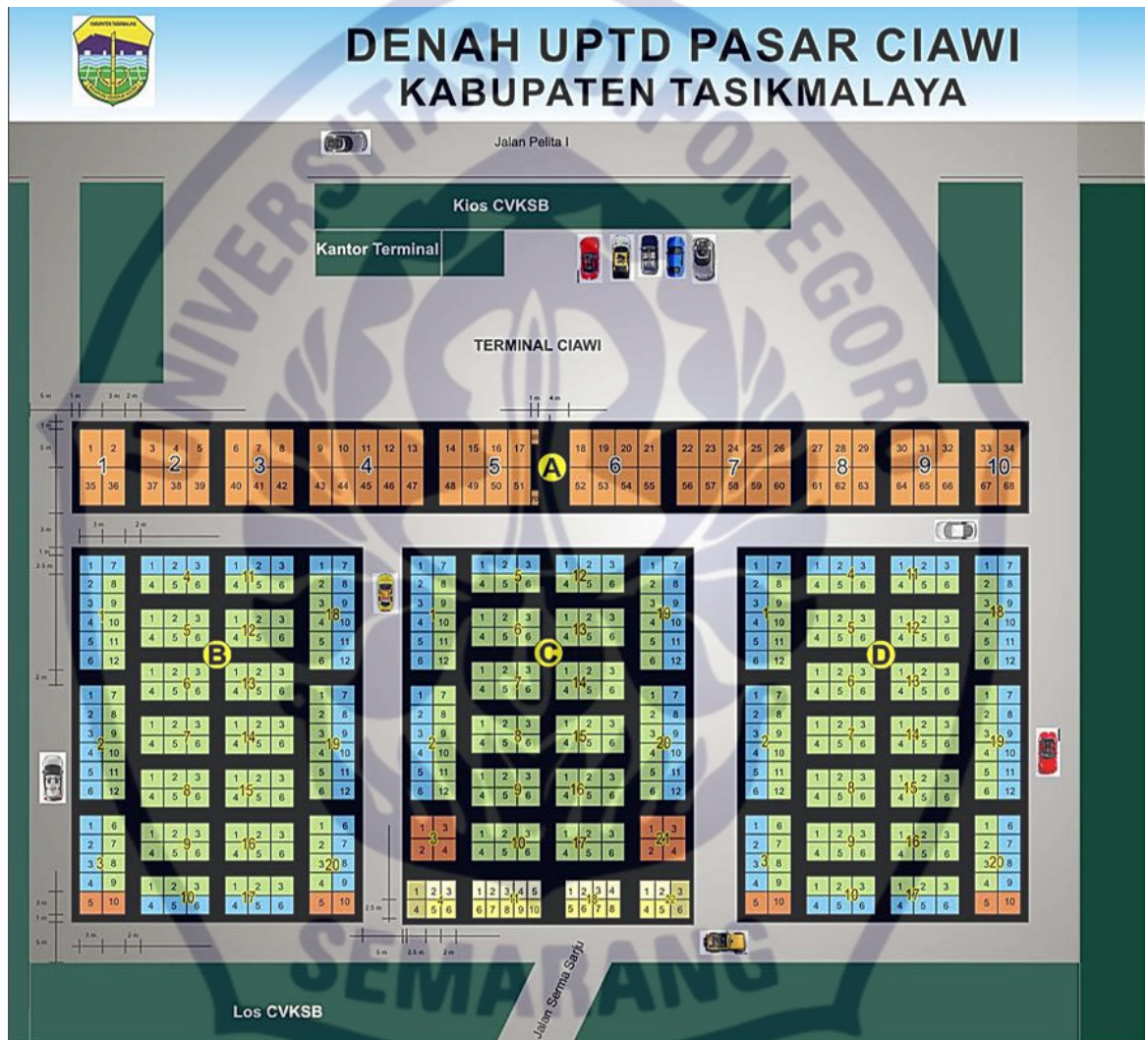
Sumber : Data di olah peneliti 2025

Data Informan Pekerja Gen Z Kios di UKM Pasar Ciawi Tasikmalaya

Kode Informan	Nama informan	Jenis Kelamin	Tanggal lahir	Pendidikan Terakhir	Jenis kios non komoditi	Lamanya bekerja
R6	KT	Perempuan	12/12/1998	SMA	Kios Pakaian	9 Tahun
R7	NS	Perempuan	07/09/1999	SMA	Kios Pakaian	5 Tahun
R8	HY	Perempuan	01/03/2002	SMA	Kios Pakaian	4 Tahun
R9	NST	Perempuan	21/08/2000	SMP	Kios Kain	3 Tahun
R10	TP	Perempuan	17/11/2004	SMP	Kios sepatu	4 Tahun

Sumber : Data di olah peneliti 2025

Lampiran 9 Denah Pasar Ciawi Tasikmalaya



Sumber : UPTD Pasar ciawi tasikmalaya 2022

Gambar 1 Denah Pasar Ciawi tasikmalaya

Lampiran 10 Dokumentasi Pasar Ciawi Tasikmalaya



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 2 UPTD Pasar Ciawi Tasikmalaya



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 3 UPTD Pasar Ciawi Tasikmalaya



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 4 Blok Pasar Ciawi Tasikmalaya



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 5 Blok Pasar Ciawi Tasikmalaya



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 6 Blok A Pasar Ciawi Tasikmalaya



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 7 Blok C samping Pasar Ciawi Tasikmalaya



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 8 Blok B Pasar Ciawi Tasikmalaya



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 9 Masjid Nurul Ikhlas Pasar Ciawi Tasikmalaya

Masjid Nurul Ikhlas merupakan tempat berkumpul istirahat sholat dan makan para pekerja disaat istirahat siang.



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 10 Blok B dan Blok C Pasar Ciawi Tasikmalaya



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 11 Proses transaksi di Pasar Ciawi Tasikmalaya

Lampiran 11 Dokumentasi Pemilik Kios



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 12 Informan Pemilik Kios Pakaian



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 13 Informan Pemilik Kios Pakaian



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 14 Informan Pemilik Kios Pakaian



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 15 Informan Pemilik Kios Kain



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 16 Informan Pemilik Kios Sepatu

SEMARANG
FEB UNDIP

Lampiran 12 Dokumentasi Pekerja Gen Z



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 17 Informan Pekerja Kios Pakaian



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 18 Informan Pekerja Kios Pakaian



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 19 Informan Pekerja Kios Pakaian



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 20 Informan Pekerja Kios Kain



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 21 Informan Pekerja Kios Sepatu

SEMARANG
FEB UNDIP

Lampiran 13 Dokumentasi Suasana keakraban di Pasar Ciawi Tasikmalaya



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 22 Suasana para pemilik kios ketika istirahat



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar 23 Suasana para Pekerja kios ketika istirahat

Curriculum Vitae (CV)

Nama Lengkap : Renaldi Mahmud

NIM : 12010123420155

Jurusan : Magister Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas : Universitas Diponegoro

Alamat : Kp. Kiarakuda RT 002 / RW 007, Desa Pakemitan, Kecamatan Ciawi,
Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat

No. Handphone : 0856-5967-6797

E-mail : mahmudrenaldi2@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan	Tahun
Magister Manajemen Universitas Diponegoro	2023 – sekarang
S1 Manajemen STIE Latifah Mubarokiyah	2019 – 2023

Riwayat Organisasi

Lembaga	Departemen	Jabatan	Tahun
UKM Musik STIE Latifah Mubarokiyah	Seni budaya	Ketua	2021
Himpunan Prodi Manajemen	Minat dan Bakat	Ketua Divisi	2020

Daftar Karya Ilmiah atau Publikasi

Judul	Publikasi	Tahun
The Role of Emotional Intelligence and Self-Efficacy in Enhancing Employee Performance: A Systematic Literature Review	Research Horizon	2024
The Organizational Of Culture And Integrity That Impact To The Work Effectiveness Of	Garuda	2025

State Civil Employees (Asn) Office Of Food Security And Agriculture (Diskantan) Kuningan District		
--	--	--

