

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi global yang terus bergerak menuju arah yang lebih inklusif dan berkelanjutan sedang dirasakan seluruh dunia. Banyak negara mulai menaruh perhatian pada potensi ekonomi yang berbasis pada kreativitas manusia. Salah satu pendekatan yang berkembang dari kecenderungan ini adalah ekonomi kreatif. Inggris menjadi pelopor penerapan sistematis konsep ini melalui kebijakan dari *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS), yang memperkenalkan istilah industri kreatif untuk menggantikan industri budaya. Perubahan istilah ini bukan sekadar perubahan nama saja, melainkan upaya untuk memberikan ruang lebih luas bagi sektor-sektor berbasis ide dan inovasi seperti fesyen, desain, hiburan, dan media digital (*Department for Culture, Media and Sport*, 2023). Dengan menggunakan pendekatan *creative intensity*, DCMS menetapkan bahwa suatu sektor dapat dikategorikan sebagai industri kreatif apabila minimal 30% tenaga kerjanya terlibat dalam aktivitas kreatif (*Creative Industries PEC*, 2023). Lahirnya Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif di Indonesia mencerminkan semangat serupa, menjadi pijakan hukum penting dalam mendorong perkembangan sektor ini sebagai kekuatan ekonomi baru.

Seiring dengan berkembangnya konsep ekonomi kreatif, dunia juga sedang mengalami transformasi digital yang masif. Perubahan ini tidak hanya menggeser pola komunikasi dan cara kerja, tetapi juga mendefinisikan model bisnis di berbagai sektor, termasuk industri kreatif. Pada *marketing 5.0*, teknologi digital digunakan tidak hanya sebagai alat efisiensi, tetapi juga sebagai sarana untuk menghadirkan pengalaman konsumen yang lebih personal dan bernilai, dengan menekankan aspek kepuasan dan kesejahteraan konsumen (Kotler, 2021). Dampak nyata dari transformasi ini terlihat pada sektor *e-commerce* dan UMKM, terutama pasca-pandemi COVID-19 yang mendorong adopsi digital secara masif. Digitalisasi telah membuka peluang baru bagi pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sekaligus meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan platform daring dan

media sosial. Pelatihan digitalisasi pun terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap strategi pemasaran, pemanfaatan *e-commerce*, hingga optimalisasi konten digital (Yetty et al, 2022). Pemerintah Indonesia juga turut mengarahkan perhatian pada penguatan ekonomi kreatif melalui berbagai kebijakan dan program strategis.



Gambar 1. 1Data Kementerian Pariwisata 2023/2024 (Kemenparekraf, 20224)

Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), pada tahun 2022 sektor ekonomi kreatif Indonesia menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Nilai tambah ekonomi kreatif tercatat mencapai Rp1.280 triliun, sementara ekspor ekonomi kreatif mencapai USD 26,94 miliar. Sektor ini juga berhasil menciptakan lebih dari 23 juta lapangan kerja, menjadikannya sebagai salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi berbasis kreativitas. Sub-sektor seperti kuliner, kriya, fesyen, film, dan animasi menjadi penopang utama kontribusi tersebut (Kemenparekraf, 2023). Data

ini menunjukkan adanya korelasi kuat antara transformasi digital dan pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Penelitian Ferdiansyah (2025) menguatkan hal ini dengan menyoroti bagaimana sektor kreatif telah menjadi pendorong ekonomi daerah, khususnya di kawasan urban. Bahkan, dalam praktik bisnis sehari-hari, agensi kreatif kini mengandalkan strategi pemasaran berbasis teknologi dan kolaborasi dengan *influencer* digital untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif (Muhamad et al, 2021). Dengan capaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi dan kreativitas menjadi dua elemen kunci dalam memperkuat daya saing ekonomi nasional di era pasca-pandemi.

Pesatnya pertumbuhan industri ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi makro, tetapi juga membawa konsekuensi langsung terhadap dinamika kerja di level organisasi dan individu. Perusahaan agensi kreatif digital kini memiliki peran penting dalam membantu transformasi bisnis lewat layanan komunikasi visual, pemasaran digital, dan pengembangan konten yang inovatif. Agensi kreatif tidak hanya menyediakan layanan, tetapi juga menjadi tempat bagi kolaborasi ide yang menggabungkan kreativitas manusia, teknologi, dan pemahaman tentang pasar (Wijaya í et al, 2024). Pada praktiknya, proses kreatif yang terjadi di agensi adalah hasil interaksi antara individu, tim, teknologi, dan permintaan dari klien. Dari sudut pandang ekologi kreatif, kreativitas tidak berkembang secara terpisah, tetapi dipengaruhi oleh lingkungan sosial, budaya, dan digital tempat agensi tersebut beroperasi (Harris, 2022).

Peran agensi kreatif digital yang akan semakin terus berkembang pada era digital, agensi kreatif harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan cepat. Hal ini menambah tekanan pada karyawan, terutama terkait beban kerja, harapan klien, dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan. Pertumbuhan sektor ini turut dipengaruhi oleh penetrasi internet dan adopsi teknologi digital yang semakin luas, terutama pasca pandemi COVID-19. Berdasarkan data dari *We Are Social Hootsuite* (Riyanto, 2025), pada Januari 2025 tercatat sebanyak 212 juta pengguna internet di Indonesia, dengan tingkat penetrasi mencapai 74,6%. Angka ini menunjukkan pertumbuhan tahunan sebesar 8,7%, atau bertambah sekitar 17 juta pengguna baru dalam setahun terakhir. Jumlah pelaku usaha pun terus mengalami peningkatan, menurut Kadin Indonesia mencatat bahwa pertumbuhan jumlah

UMKM di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Fakta ini memperkuat urgensi penerapan strategi pemasaran berbasis visual untuk menarik perhatian konsumen yang semakin aktif terhubung secara digital.

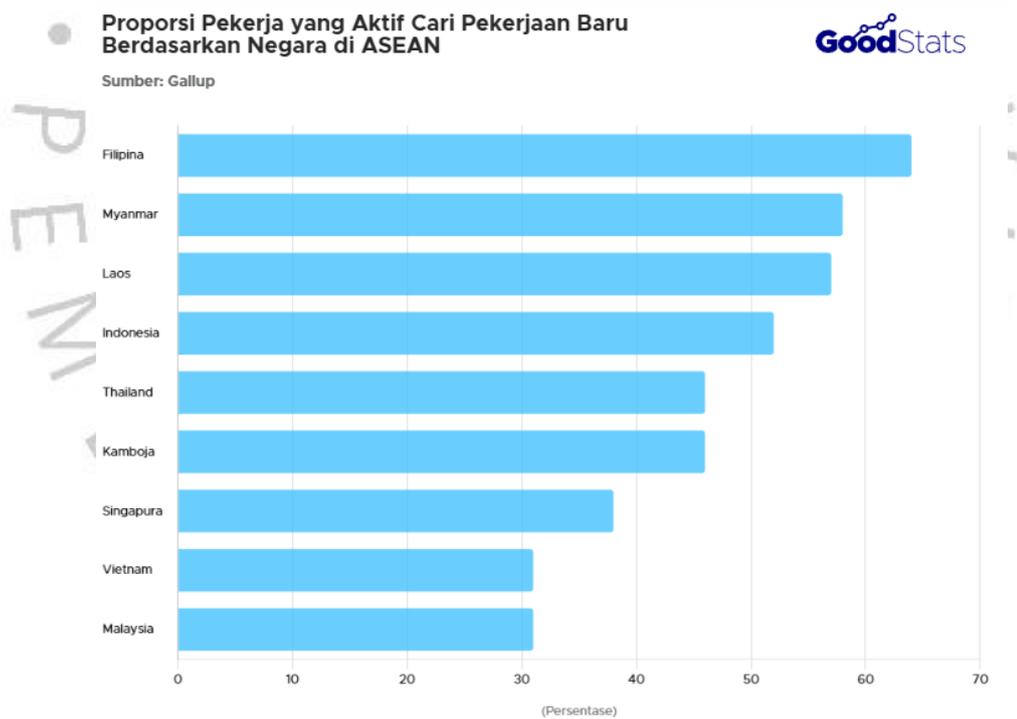


Gambar 1. 2 Jumlah UMKM yang Masuk ke Ekosistem Digital di Indonesia (2020-2024) (Kadin Indonesia, 2024)

Menurut data pada Gambar 1.2, jumlah UMKM yang tergabung dalam ekosistem ekonomi digital di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hingga tahun 2024, tercatat sebanyak 30 juta UMKM telah bertransformasi ke ranah digital. Peningkatan ini mencerminkan kesadaran yang semakin tinggi di kalangan pelaku UMKM terhadap pentingnya adaptasi teknologi dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Salah satu strategi utama yang diadopsi adalah penggunaan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Penggunaan media digital dipilih karena menawarkan berbagai keunggulan, seperti kemudahan dalam menjangkau target konsumen secara lebih luas dan spesifik, akses informasi yang cepat dan *real-time*, serta efisiensi biaya dibandingkan dengan metode promosi konvensional. Hal ini sejalan dengan kebutuhan UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan mempertahankan daya saing di era ekonomi digital. Seiring dengan tren ini, agensi kreatif digital juga memainkan peran penting dalam mendukung kegiatan promosi UMKM, termasuk pada tingkat lokal di berbagai daerah di Indonesia (Nobelta & Rahmalia, 2024; Zainy et al, 2023). Kehadiran *digital marketing agency* membantu UMKM memperkuat promosi tidak

hanya di wilayah masing-masing, tetapi juga mendorong eksistensi mereka hingga ke tingkat nasional, bahkan internasional.

Firdaus et al (2024) menyatakan bahwa kondisi ini berkontribusi terhadap meningkatnya tekanan psikososial yang dialami oleh pekerja kreatif di Indonesia. Sehingga mempengaruhi pekerja untuk mencari kenyamanan lebih dari sisi finansial maupun mental, sehingga beberapa pekerja kreatif memiliki keinginan untuk mencari tempat yang terbaik menurut masing-masing individu. Keinginan keluar kerja atau *Turnover intention* merupakan niat kognitif individu untuk meninggalkan organisasi secara sukarela dalam waktu dekat. Indikator ini penting karena menjadi prediktor awal dari *Turnover* aktual yang dapat berdampak pada stabilitas organisasi. Hal ini didukung oleh data dari Gallup yang menganalisis posisi karyawan Indonesia yang masih memiliki kerja namun ingin keluar mencari kerja lain.



Gambar 1. 3 Data Proporsi Pekerja yang Aktif cari Pekerjaan Baru Berdasarkan Negara di ASEAN (Gallup, 2024)

Data Gallup pada tahun 2024 mengungkapkan bahwa Indonesia menempati peringkat keempat tertinggi di kawasan ASEAN dalam hal proporsi karyawan yang secara aktif mencari pekerjaan baru. Fenomena ini menunjukkan bahwa intensi untuk berpindah kerja bukan lagi persoalan individual, melainkan tren yang

mencerminkan kondisi kerja yang semakin menantang. Sejumlah faktor turut memengaruhi tingginya *Turnover intention*, mulai dari stres kerja, ketidakpuasan terhadap lingkungan kerja, hingga persepsi ketidakadilan dalam sistem kompensasi. Laporan dari Arofah (2023) mencatat bahwa tingkat pergantian karyawan di Indonesia mengalami fluktuasi selama beberapa tahun terakhir, dengan angka mencapai 15,8% pada tahun 2020 dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Menurut Mungky Medisa Kusparamita, *Associate Director Talentvis Indonesia*, sebelum pandemi, tingkat *Turnover* relatif lebih rendah karena banyak organisasi masih mampu menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pengembangan karier. Namun, seiring dengan percepatan digitalisasi pasca pandemi, tekanan dalam dunia kerja semakin kompleks, terutama pada sektor-sektor seperti agensi kreatif digital yang dituntut untuk terus berinovasi dengan waktu singkat.

Agensi kreatif digital *turnover intention* menjadi isu strategis karena tingginya tingkat rotasi tenaga kerja dapat mengganggu kontinuitas proyek, menurunkan produktivitas tim, dan meningkatkan biaya rekrutmen ulang. Sebuah studi oleh Safirawarman et al (2024) yang melibatkan 116 pekerja industri kreatif di Jakarta menemukan bahwa rata-rata skor *turnover intention* berada pada angka 3,08 dari skala 5, nilai ini mengindikasikan tingkat niat keluar kerja yang cukup tinggi di kalangan pekerja kreatif. Studi oleh Furqan & Siregar Onan (2022) mengungkapkan bahwa tingginya niat keluar kerja juga dipicu oleh kesulitan dalam proses pengembangan karyawan yang disebabkan oleh rendahnya latar belakang pendidikan dan pengalaman di bidang agensi periklanan. Karyawan yang belum terbiasa dengan istilah teknis atau perkembangan teknologi terbaru dalam dunia pageditan dan produksi konten sering kali mengalami kesulitan beradaptasi, yang pada akhirnya memicu stres kerja dan meningkatkan niat untuk keluar dari perusahaan.

Salah satu penyebab utama yang sering mendorong karyawan untuk mempertimbangkan keluar dari pekerjaan adalah stres kerja. Pei et al (2024) menjelaskan bahwa stres timbul ketika tuntutan pekerjaan dirasa melebihi kemampuan individu dalam menyelesaikannya, apalagi jika tidak disertai dukungan memadai dari organisasi. Pada dunia agensi kreatif digital, tekanan semacam ini menjadi bagian dari keseharian pekerjaan yang harus dilalui mulai dari

multitasking, tenggat waktu yang sempit, permintaan revisi berulang dari klien, serta ekspektasi untuk terus menghasilkan ide-ide segar. Tekanan tersebut, jika berlangsung secara terus-menerus, dapat menimbulkan kelelahan emosional dan mental. Tzeng (2023) berpendapat stres kerja kronis menjadi salah satu pemicu kuat meningkatnya *turnover intention*, terutama di lingkungan yang sangat bergantung pada daya kreativitas. Ketika individu merasa tidak lagi memiliki ruang untuk bernapas atau berkembang, keinginan untuk mencari tempat kerja yang lebih seimbang pun semakin menguat. Karenanya penting bagi organisasi untuk tidak hanya menuntut performa tinggi, tetapi juga menyediakan ruang pemulihan, sistem dukungan psikologis, dan fleksibilitas kerja sebagai bagian dari strategi retensi karyawan. Stres kerja merupakan salah satu faktor psikologis yang memiliki pengaruh signifikan terhadap meningkatnya intensi keluar pekerjaan, khususnya dalam lingkungan kerja agensi kreatif yang dikenal dengan beban kerja tinggi, tenggat waktu yang ketat, serta tekanan untuk terus menghasilkan ide-ide segar dan inovatif.

Penelitian Sofia & Wisudawati (2023) menunjukkan bahwa stres kerja memiliki pengaruh positif sebesar 7% terhadap *Turnover intention*. Artinya, semakin tinggi tingkat stres yang dialami oleh karyawan, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk meninggalkan pekerjaannya. Pada deskriptif, sebanyak 64% pekerja berada pada tingkat stres kerja sedang, sementara 23% menunjukkan tingkat *turnover intention* yang tinggi. Temuan ini mencerminkan pentingnya pengelolaan stres kerja secara sistematis dalam menjaga stabilitas karyawan di sektor agensi kreatif.

Untuk Menghadapi kondisi kerja yang penuh tekanan, kompensasi menjadi salah satu faktor penting yang berperan dalam mengurangi dampak negatif stres kerja terhadap niat keluar kerja. Kompensasi tidak hanya terbatas pada gaji pokok, tetapi juga mencakup insentif berbasis proyek, fleksibilitas waktu kerja, kesempatan belajar, hingga pengakuan atas hasil kerja. Ketika sistem kompensasi dinilai tidak sebanding dengan beban dan tanggung jawab yang diemban, maka persepsi ketidakadilan akan memperkuat dampak stres kerja dan mendorong karyawan untuk mencari peluang kerja yang lebih menjanjikan (Putri et al, 2023). Lebih dari sekadar alat retensi, kompensasi juga berperan sebagai variabel moderasi

yang mampu memperlemah pengaruh stres kerja terhadap *turnover intention*. Kompensasi yang adil dan relevan dengan beban kerja menciptakan persepsi penghargaan dan pengakuan yang mampu menurunkan tekanan psikologis akibat tuntutan pekerjaan yang tinggi. Sebaliknya, ketika beban kerja tinggi tidak dibarengi dengan kompensasi yang layak, maka stres yang dirasakan cenderung berkembang menjadi kelelahan emosional dan akhirnya mendorong keputusan untuk keluar dari pekerjaan. Penelitian dari Lopes et al. (2024) menunjukkan bahwa kompensasi yang dirasakan sesuai oleh karyawan terbukti dapat menurunkan kecenderungan untuk mengundurkan diri meskipun mereka menghadapi tekanan kerja yang besar.

Rawashdeh et al (2022) menyebutkan pentingnya kompensasi yang menyeluruh, termasuk pelatihan, evaluasi kinerja, serta sistem penghargaan yang transparan dan adil. Strategi kompensasi yang dirancang dengan mempertimbangkan hasil pekerjaan dan karakteristik tenaga kerja dapat meningkatkan komitmen karyawan terhadap organisasi serta membantu menurunkan efek negatif dari stres kerja terhadap *turnover intention*. Dalam lingkungan agensi kreatif yang sangat bergantung pada stabilitas dan loyalitas tenaga kerja berbasis talenta, peran kompensasi menjadi semakin krusial untuk menciptakan iklim kerja yang sehat, produktif, dan berkelanjutan. Namun demikian, kompensasi yang ideal belum tentu mampu sepenuhnya mengimbangi tekanan kerja, terutama jika terdapat ketidaksesuaian antara karakteristik individu dan pola kerja yang diterapkan.

Salah satu faktor yang kerap menjadi sumber stres kerja dalam agensi kreatif adalah tuntutan untuk bekerja secara paralel atau *multitasking*, yang berkaitan erat dengan perilaku polikronik. Perilaku ini merujuk pada kecenderungan individu untuk menyukai dan mampu menjalankan beberapa aktivitas secara bersamaan dalam waktu yang relatif bersinggungan. Dalam dunia agensi kreatif, perilaku ini kerap menjadi tuntutan implisit dalam struktur kerja, mengingat proyek-proyek yang bersifat simultan dan waktu penyelesaian yang cepat menjadi bagian dari ritme keseharian. Karyawan sering kali dituntut untuk berpindah dari satu tugas ke tugas lainnya, mengelola beberapa klien sekaligus, atau berkoordinasi lintas divisi dalam waktu yang bersamaan. Meskipun hal ini mencerminkan dinamika kerja

yang adaptif dan progresif, tidak semua individu memiliki preferensi atau kecocokan terhadap sistem kerja *multitasking* seperti ini. Ketidaksihesuaian antara pola kerja dan karakteristik individu dapat menjadi sumber stres yang berkelanjutan dan pada akhirnya menurunkan efektivitas kerja serta kesejahteraan psikologis karyawan (Shah et al, 2024).

Konsep *polychronicity fit* menjadi penting untuk dipahami, yakni keselarasan antara preferensi individu terhadap *multitasking* dan realitas kerja yang dihadapi. Ketika terdapat kecocokan antara keduanya, individu cenderung merasa lebih nyaman, produktif, dan mampu mengelola kompleksitas kerja dengan baik. Sebaliknya, jika terjadi ketidaksihesuaian, individu akan lebih cepat mengalami kejenuhan, kebingungan prioritas, dan resistensi psikologis terhadap tugas-tugas paralel yang dihadapinya. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut dapat mendorong munculnya *turnover intention*, terutama jika tidak ada dukungan dari organisasi dalam menyesuaikan beban dan struktur kerja dengan karakteristik personal karyawan. Pekerja Agensi kreatif yang mengandalkan kecepatan berpikir dan kestabilan emosional, memahami dan mengelola *polychronicity fit* menjadi langkah strategis yang penting dalam mempertahankan karyawan berkualitas (Alacovska et al, 2024)

Selain kesesuaian individu terhadap pola kerja *multitasking*, kondisi lingkungan kerja secara keseluruhan juga memainkan peran yang tidak kalah penting dalam membentuk tingkat stres dan loyalitas karyawan. Lingkungan kerja sebagai ekosistem tempat individu menjalankan aktivitas profesional berperan besar dalam membentuk pengalaman kerja sehari-hari. Lingkungan kerja yang mendukung dapat menciptakan perasaan aman, dihargai, dan memiliki makna dalam bekerja. Dalam agensi kreatif, di mana kolaborasi, komunikasi terbuka, serta toleransi terhadap eksplorasi ide menjadi nilai utama, lingkungan kerja yang positif dapat memacu produktivitas dan kreativitas secara signifikan. Namun, apabila lingkungan tersebut justru diwarnai oleh ketegangan antar individu, tidak jelas struktur kerja, dan kurangnya penghargaan terhadap hasil, maka akan muncul tekanan yang tidak hanya menghambat proses kerja tetapi juga melemahkan motivasi. Tekanan semacam ini, bila tidak segera dikelola, akan terakumulasi menjadi stres kerja yang berdampak langsung pada penurunan kinerja dan

meningkatnya keinginan karyawan untuk meninggalkan organisasi (Haedar et al, 2024)

Kualitas lingkungan kerja memiliki pengaruh yang tidak dapat diabaikan dalam upaya meningkatkan loyalitas dan komitmen karyawan terhadap organisasi. Lingkungan kerja yang sehat mencakup aspek fisik yang nyaman, struktur kerja yang jelas, hubungan interpersonal yang suportif, serta budaya organisasi yang inklusif. Penelitian yang dilakukan oleh Sukamdani et al (2023) menunjukkan bahwa kualitas lingkungan kerja memiliki hubungan positif dengan retensi karyawan, di mana tempat kerja yang dirasakan kondusif dapat memperkuat ikatan psikologis antara karyawan dan organisasi. Dunia agensi kreatif yang kerap diwarnai dengan rotasi tim dan tekanan proyek, menciptakan lingkungan kerja yang stabil dan suportif bukan hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga menjadi strategi penting dalam menjaga keberlangsungan talenta dan mencegah tingginya tingkat *turnover*.

Sejauh yang peneliti ketahui berbagai studi empiris menunjukkan bahwa kajian mengenai hubungan antara perilaku polikronik, stres kerja, dan keinginan keluar kerja dalam sektor industri kreatif digital masih relatif terbatas. Shah et al (2024) menyoroti pentingnya *polychronicity fit* dalam memengaruhi *turnover intention*, namun penelitian tersebut lebih terfokus pada proyek pengembangan perangkat lunak dan belum secara eksplisit mengkaji pengaruh perilaku polikronik terhadap stres kerja di sektor kreatif digital. Penelitian lain oleh Sukamdani et al (2023) menegaskan bahwa kualitas kehidupan kerja dan komitmen organisasi dapat memengaruhi *turnover intention*, tetapi belum mengulas secara rinci peran stres kerja sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Sementara itu, Agyapong et al (2022) menunjukkan adanya hubungan erat antara stres kerja, burnout, dan kepuasan kerja, namun penelitian tersebut masih belum mengkaji peran kompensasi sebagai variabel moderasi dalam mengurangi dampak stres terhadap keinginan berpindah kerja, khususnya di kalangan pekerja agensi kreatif digital.

Riset mengenai industri kreatif di Indonesia seperti yang dilakukan oleh Izzati et al (2021) menyatakan sejauh ini industri kreatif di Indonesia hanya berfokus pada aspek demografis, motivasi kerja secara umum, serta kebutuhan pelatihan keterampilan teknis. Kajian tersebut belum secara komprehensif menelusuri

dimensi psikologis dan organisasi yang memengaruhi keberlangsungan karier pekerja di sektor ini. Khususnya, belum ada penelitian yang secara eksplisit mengkaji faktor-faktor seperti stres kerja, perilaku polikronik, serta lingkungan kerja dalam dimensinya yang fisik, non-fisik, dan digital yang justru sangat relevan dengan dinamika kerja di industri kreatif.

Fakta bahwa agensi kreatif kerap menuntut fleksibilitas waktu dan kemampuan *multitasking* tinggi menjadikan sektor ini rentan terhadap beban kerja yang berat dan stres berkepanjangan. Tingginya proporsi pekerja kreatif dengan penghasilan tidak tetap juga menunjukkan kerentanan terhadap stres kerja dan meningkatkan potensi keinginan berpindah kerja. Dengan mempertimbangkan kompleksitas permasalahan tersebut, maka dibutuhkan suatu pendekatan penelitian yang lebih komprehensif untuk memahami hubungan antara perilaku polikronik, lingkungan kerja, dan keinginan keluar kerja. Pendekatan tersebut perlu mengintegrasikan stres kerja sebagai variabel mediasi, serta kompensasi sebagai variabel moderasi yang berpotensi memperlemah ataupun memperkuat dampak stres kerja terhadap keinginan keluar kerja.

Tantangan utama dalam penelitian ini terletak pada bagaimana membangun model konseptual yang mampu menjelaskan hubungan multi-kausalitas antara berbagai variabel psikologis dan organisasi yang berkontribusi terhadap keinginan keluar kerja di sektor agensi kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam literatur dengan meneliti pengaruh perilaku polikronik dan lingkungan kerja terhadap keinginan keluar kerja, serta menguji peran stres kerja sebagai variabel mediasi dan kompensasi sebagai variabel moderasi, khususnya pada pekerja agensi kreatif di wilayah Jabodetabek.

Fokus utama dalam penelitian ini adalah pada identifikasi dan pengujian faktor-faktor internal organisasi yang memicu keinginan keluar kerja, terutama pada sektor industri kreatif yang bergerak dalam layanan digital atau agensi kreatif. Penelitian ini mengambil wilayah Jabodetabek sebagai lokasi studi, karena wilayah ini merupakan pusat aktivitas industri kreatif di Indonesia, dengan konsentrasi tinggi tenaga kerja muda, dinamis, dan adaptif, yang juga rentan mengalami tingkat stres seiring tuntutan pasar yang kompetitif dan tenggat waktu yang ketat. Unit analisis dalam penelitian ini adalah para pekerja yang berada di bawah naungan

agensi kreatif digital, baik yang berbentuk badan usaha (CV/PT) maupun kolektif profesional berbasis proyek di wilayah Jabodetabek. Unit observasi dalam penelitian ini adalah karyawan tetap, karyawan kontrak, maupun *freelancer* yang terlibat aktif dalam operasional agensi kreatif, dan memiliki pemahaman langsung terhadap kondisi lingkungan kerja, sistem kompensasi, serta dinamika beban kerja yang mereka hadapi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian teoritis dalam bidang manajemen sumber daya manusia, terutama dalam sektor agensi kreatif digital, serta memberikan implikasi praktis bagi pengambil kebijakan organisasi dalam menyusun strategi retensi tenaga kerja yang lebih efektif, melalui pengelolaan lingkungan kerja, pengaturan beban kerja, dan skema kompensasi yang tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut merupakan rumusan masalah pada penelitian ini :

1. Apakah perilaku polikronik berpengaruh terhadap stres kerja?
2. Apakah lingkungan kerja berpengaruh terhadap stres kerja?
3. Apakah stres kerja berpengaruh terhadap keinginan keluar kerja?
4. Apakah perilaku polikronik mempengaruhi keinginan keluar kerja?
5. Apakah lingkungan kerja mempengaruhi keinginan keluar kerja?
6. Apakah perilaku polikronik mempengaruhi keinginan keluar kerja melalui stres kerja?
7. Apakah lingkungan mempengaruhi keinginan keluar kerja melalui stres kerja?
8. Apakah kompensasi dapat memoderasi stres kerja terhadap keinginan keluar kerja?
9. Apakah kompensasi mempengaruhi keinginan keluar pekerjaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk :

1. Menganalisis pengaruh perilaku polikronik terhadap stres kerja.
2. Menganalisis pengaruh lingkungan kerja terhadap stres kerja.
3. Menganalisis pengaruh stres kerja terhadap keinginan keluar kerja.
4. Menganalisis pengaruh perilaku polikronik terhadap keinginan keluar kerja.
5. Menganalisis pengaruh lingkungan kerja terhadap keinginan keluar kerja.
6. Menganalisis pengaruh polikronik terhadap keinginan kerja melalui stres kerja.
7. Menganalisis lingkungan kerja terhadap keinginan keluar kerja melalui stres kerja.
8. Menganalisis kompensasi dapat memoderasi hubungan antara stres kerja terhadap keinginan keluar kerja
9. Menganalisis kompensasi dapat mempengaruhi keinginan keluar pekerjaan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis dalam memahami pengaruh perilaku polikronik dan lingkungan kerja terhadap keinginan keluar kerja, dengan mempertimbangkan stres kerja sebagai variabel mediasi dan kompensasi sebagai variabel moderasi.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan literatur mengenai manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam industri kreatif digital yang memiliki tantangan unik dalam mengelola tenaga kerja dengan pola kerja *multitasking* yang tinggi. Studi ini juga memperkaya pemahaman mengenai bagaimana stres kerja dapat menjadi mekanisme utama yang menjembatani pengaruh perilaku polikronik dan lingkungan kerja terhadap *turnover intention*. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan baru terkait peran kompensasi

sebagai faktor moderasi yang dapat memperlemah dampak negatif stres kerja terhadap keinginan keluar kerja, aspek yang masih minim dalam kajian akademik sebelumnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan agensi kreatif digital dalam merancang strategi pengelolaan tenaga kerja yang lebih efektif. Dengan memahami bagaimana perilaku polikronik dan lingkungan kerja dapat mempengaruhi stres kerja dan *turnover intention*, perusahaan dapat mengembangkan kebijakan yang lebih adaptif untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih sehat dan produktif. Selain itu, temuan penelitian ini dapat memberikan dasar bagi manajer sumber daya manusia dalam menyusun skema kompensasi yang tidak hanya berbasis produktivitas, tetapi juga mempertimbangkan kesejahteraan karyawan sebagai langkah strategis dalam mengurangi tingkat *turnover*. Dengan adanya wawasan ini, perusahaan dapat merancang kebijakan retensi karyawan yang lebih baik, yang pada akhirnya akan meningkatkan stabilitas tenaga kerja serta efektivitas operasional dalam industri kreatif digital yang kompetitif.