BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu aset penting dalam perusahaan yang berperan untuk mencapai keberhasilan organisasi. Perusahaan yang memiliki pimpinan dan karyawan dengan kinerja yang baik akan menghasilkan sistem manajemen yang baik pula. Ha1 tersebut karena sumber daya manusia menjadi penggerak utama dalam menjalankan seluruh aktivitas organisasi, mulai dari perencanaan, hingga pencapaian tujuan perusahaan. Dunia kerja saat ini mengalami perubahan yang semakin cepat dan dinamis seiring berkembangnya teknologi, Perubahan perilaku konsumen, disertai meningkatnya persaingan antar pelaku usaha pada industri makanan dan minuman, menuntut organisasi untuk terus melakukan inovasi dan penyesuaian strategi bisnis agar tetap mampu bersaing (Sulistyawati, 2022).

Kondisi ini menuntut organisasi untuk mampu beradaptasi secara cepat, inovatif, dan mempertahankan keberlanjutan usaha agar tetap kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat. Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor penting untuk setiap usaha yang dijalankan, tanpa sumber daya manusia suatu usaha tidak dapat berjalan secara maksimal meskipun dengan mesin dan peralatan yang canggih. Perencanaan SDM yang efektif mampu meningkatkan efisiensi organisasi. Perencanaan ini juga penting dalam meghadapi dinamika perubahan lingkungan bisnis yang

semakin kompleks Collings et al (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) juga berperan dalam menciptakan nilai tambah melalui pengembangan kompetensi dan inovasi karyawan Datta et al (2023). Persaingan antar usaha yang semakin tahun semakin ketat, para pelaku usaha harus terus melakukan dan menerapkan inovasi untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam mempertahankan usahanya.

Sumber daya Manusia (SDM) sangat dibutuhkan suatu usaha baik usaha skala kecil maupun besar yang bergerak di bidang tertentu, seperti *coffee shop.* Industri kedai kopi (*coffee shop*) merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan yang konsisten dan signifikan di Indonesia. Pertumbuhan ini tidak hanya terjadi dari sisi produksi komoditas, tetapi juga dari sisi industri hilir yang bersentuhan langsung dengan konsumen akhir. Sebagai negara kepulauan yang terletak di kawasan tropis dengan kondisi geografis dan iklim yang sangat ideal untuk budidaya kopi, Indonesia telah lama dikenal sebagai salah satu produsen kopi terkemuka di dunia. Menurut Indonesia *Investments* (2024) data *International Coffee Organization* (ICO, 2023), Indonesia menempati posisi keempat sebagai produsen kopi terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia, dengan total produksi nasional mencapai sekitar 760.000-780.000 ton per tahunnnya.

Produksi kopi Indonesia didominasi oleh dua jenis utama, yaitu kopi robusta yang menyumbang sekitar 74% dari total produksi, dan kopi arabika sebesar 26%, dengan sentra produksi terbesar di Sumatra Selatan, Lampung, Sumatra Utara, Aceh, dan Bengkulu. Besarnya kapasitas produksi ini tidak

hanya memperkuat posisi di Indonesia di pasar global, tetapi juga menjadi fondasi kokoh bagi tumbuh dan berkembangnya industri kopi dalam negeri secara besar, termasuk industri kedai kopi atau *coffee shop* yang terus mengalami ekpansi pesat. Pertumbuhan industri kedai kopi di Indonesia tidak hanya tercermin dari sisi produksi, tetapi juga dari perubahan signifikan pada pola konsumsi masyarakat (Indonesia *Investments*, 2024).

Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) melaporkan bahwa konsumsi kopi per kapita Indonesia meningkat dari 1,0 kg per kapita per tahun pada 2013 menjadi 1,8 kg per kapita per tahun pada 2023, yang mencerminkan pergeseran budaya namun kopi dari sekadar kebiasaan menjadi bagian dari gaya hidup urban, khususnya di kalangan generasi muda (AEKI-AICE, 2025). Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia pun menegaskan bahwa dalam sepuluh tahun terakhir, industri kopi Indonesia secara keseluruhan telah tumbuh hingga 250%, menjadikannya salah satu sektor dengan pertumbuhan tertinggi dalam ekonomi kreatif nasional. Pertumbuhan konsumsi ini secara langsung mendorong ekspansi jumlah gerai kedai kopi di seluruh Indonesia. Hasil riset Toffin (2019) menunjukkan jumlah kedai kopi di Indonesia pada Agustus 2019 telah mencapai lebih dari 2950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan tahun 2016 yang hanya sekitar 1.000 gerai.

Tabel 1.1 Perkembangan *Coffee Shop* di Indonesia

Tahun	Jumlah *Coffee Shop* di Indonesia
2016	±1.000
2019	±2.950
2023	±10.000

Sumber: APKCI

Pada data tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah *coffee shop* di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi ini menunjukkan bahwa industri ini menunjukkan bahwa industri *coffee shop* merupakan sektor yang berkembang pesat dan memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Momentum pertumbuhan ini terus berlanjut tanpa tanda-tanda melambat, di mana Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI) memproyeksikan bahwa pada tahun 2023 jumlah kedai kopi di Indonesia akan mencapai 10.000 gerai, dengan total pendapatan dari bisnis kedai kopi diperkirakan menyentuh angka Rp 80 triliun, APKCI (2023). Pesatnya pertumbuhan ini turut mendorong munculnya berbagai pemain baru, mulai dari kedai kopi independen berskala kecil hingga jaringan kopi nasional yang berkembang dengan ratusan bahkan ribuan gerai. Merek-merek lokal seperti Kopi Kenangan dengan lebih dari 1.800 gerai, Janji Jiwa, Fore Coffee, dan berbagai merek lokal lainnya kini bersaing ketat dengan brand internasional seperti Starbucks, menciptakan ekosistem bisnis *coffee shop* yang semakin dinamis, kompetitif, dan penuh inovasi di seluruh Indonesia (AEKI, 2025).

Kota Madiun sebagai salah satu kota berkembang di Jawa Timur turut mengalami fenomena serupa. Berdasarkan data SmartScraper (2026), terdapat sekitar 401 usaha yang terklasifikasi dalam kategori kafe dan kedai

kopi di wilayah Madiun. Namun demikian, kategori tersebut tidak hanya mencakup *coffee shop* murni, tetapi juga meliputi kafe, kedai kopi, franchise *coffee shop*, serta usaha minuman sejenis lainnya. Data tersebut menjadi gambaran bahwa perkembangan industri *coffee shop* dan kafe di Kota Madiun terus meningkat. Meningkatnya jumlah usaha tersebut menunjukkan bisnis *coffee shop* di Kota Madiun berkembang cukup pesat. Pertumbuhan yang pesat tersebut membawa konsekuensi berupa persaingan yang semakin ketat. Sementara itu, dilansir dari laman Radar Madiun (2026) melaporkan bahwa menjamurnya *coffee shop* di Kota Madiun tidak serta-merta menjamin bisnis ini mudah bertahan, karena bisnis *coffee shop* memiliki *barrier to entry* yang rendah sehingga jumlah pemain baru terus bertambah, sementara permintaan tidak tumbuh secepat jumlah kafe yang ada.

Kondisi ini mendorong setiap pelaku usaha untuk terus menghadirkan konsep yang unik, mengikuti kebutuhan konsumen, serta terus berinovasi dalam produk maupun layanan agar mampu bertahan. Data dari Google Maps menunjukkan sejumlah *coffee shop* di Kota Madiun telah membuktikan daya saingnya melalui tingginya rating dan volume ulasan pelanggan, sebagaimana terlihat pada tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2 Contoh *Coffee Shop* Aktif Berdasarkan Rating dan Jumlah Ulasan Google Maps

No.	Nama *Coffee Shop*	Rating	Jumlah Review	Operasional Sejak
1.	Karpen Coffee	4.8	772 ulasan	2020
2.	Setasiyun Kawak	4.8	2.214 ulasan	2020
3.	Hey House	4.8	992 ulasan	2022
4.	Surplus Coffee	4.9	866 ulasan	2024
5.	Ndalem Coffee	4.9	702 ulasan	2025
6.	Brickmad Coffee	4.7	206 ulasan	2025

Sumber: Google Maps (diolah, 2026)

Data pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa *coffee shop* di Kota Madiun yang mampu mempertahankan rating tinggi dan memperoleh banyak ulasan pelanggan merupakan usaha yang berhasil memberikan pengalaman yang memuaskan kepada konsumennya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan *coffee shop* tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan sumber daya manusia dalam menciptakan pelayanan yang kreatif, responsif, dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah. Dalam industri yang kompetitif seperti *coffee shop*, karyawan dituntut tidak hanya menjalankan pekerjaan rutin, tetapi juga mampu memberikan ide-ide. Meningkatnya persaingan industri *coffee shop*, kebutuhan akan inovasi menjadi semakin penting. Banyak *coffee shop* menawarkan produk dan konsep yang relatif serupa sehingga perusahaan harus mampu menciptakan diferensiasi agar tetap diminati pelanggan.

Perilaku kerja inovatif karyawan menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendukung keberhasilan dan keberlanjutan bisnis *coffee shop*. Ditengah meningkatnya industri ini, mayoritas karyawan yang bekerja di

coffee shop di Kota Madiun merupakan generasi Z. Generasi Z (Gen Z), yakni individu yang lahir di antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang tumbuh di era digital, memiliki karakteristik unik seperti adaptif terhadap teknologi, berorientasi pada kreativitas menginginkan lingkungan kerja yang bermakna, serta membutuhkan pemimpin yang mampu menginspirasi dan memberiikan otonomi dalam pekerjaan, Twenge (2017), Dimock (2019). Karakteristik ini membedakan Generasi Z dari generasi sebelumnya dalam konteks motivasi kerja dan kebutuhan kepemimpinan.

Salah satu aspek yang menjadi perhatian utama dalam sumber daya manusia saat ini adalah perilaku kerja inovatif (*innovative work behavior/IWB*). *Innovative Work Behavior* didefinisikan sebagai perilaku individu yang mencakup eksplorasi gagasan baru, pengembangan solusi kreatif, serta implementasi ide-ide tersebut dalam lingkungan kerja Janssen (2000). Dalam konteks industri *coffee shop* di Kota Madiun, inovasi dapat tercermin dari pengembangan menu baru, peningkatan kualitas layanan, hingga strategi pemasaran yang kreatif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Karyawan yang memiliki perilaku kerja inovatif tinggi berkontribusi besar terhadap daya saing dan keberlangsungan bisnis Scott & Bruce (1994). Selain itu, tekanan kerja yang cukup tinggi di lingkungan *coffee shop*, seperti tuntutan pelayanan cepat, keramahan terhadap pelanggan, dan persaingan kualitas antar *coffee shop*, dapat memengaruhi

semangat kerja dan kemampuan inovatif karyawan apabila tidak dikelola dengan baik.

Salah satu faktor yang diyakini mampu mendorong munculnya perilaku kerja inovatif adalah *transformational leadership*. *Transformational leadership* merupakan gaya kepemimpinan yang mampu menginspirasi, memotivasi, dan memberdayakan karyawan untuk melampaui kepentingan pribadi demi mencapai tujuan organisasi yang lebih besar. Pemimpin transformasional mendorong perubahan positif melalui penyampaian visi yang jelas, pemberian dukungan, stimulasi intelektual, serta perhatian terhadap kebutuhan pengembangan individu karyawan Alwahhabi et al (2023). Kepemimpinan transformasional menjadi semakin relevan dalam lingkungan kerja yang dinamis karena mampu menciptakan suasana kerja yang mendukung kreativitas, pembelajaran, dan inovasi.

Dalam konteks industri *coffee shop* di Kota Madiun, peran pemimpin menjadi sangat penting dalam membangun budaya kerja yang inovatif. Pemimpin yang mampu memberikan inspirasi, kepercayaan, dan kesempatan kepada karyawan untuk menyampaikan ide-ide baru akan mendorong munculnya kreativitas dan perilaku inovatif dalam pekerjaan. Sebaliknya, kepemimpinan yang terlalu berorientasi pada pengawasan dan instruksi berpotensi membatasi ruang bagi karyawan untuk berinovasi. Pada banyak *coffee shop*, khususnya usaha berskala kecil dan menengah, pemilik usaha sering kali merangkap sebagai manajer operasional sehingga perhatian lebih banyak difokuskan pada aktivitas operasional sehari-hari

dibandingkan pengembangan karyawan. Padahal mayoritas karyawan *coffee shop* saat ini berasal dari Generasi Z yang cenderung membutuhkan arahan, dukungan, dan inspirasi dari pemimpinnya agar mampu bekerja secara optimal dan menunjukkan perilaku inovatif.

Kemunculan perilaku kerja inovatif tidak terjadi secara spontan. Literatur manajemen menegaskan bahwa gaya kepemimpinan memainkan peran yang sangat determinan dalam mendorong atau menghambat inovasi di tempat kerja. *Transformational leadership*, yang dikonseptualisasikan oleh Burns (1978) dan dikembangkan lebih lanjut oleh Bass (1985), telah terbukti secara empiris menjadi salah satu gaya kepemimpinan yang paling efektif dalam mendorong kreativitas dan inovasi karyawan. Pemimpin transformasional mampu menginspirasi pengikut melalui visi yang jelas, stimulasi intelektual, motivasi inspirasional, dan perhatian individual Bass & Riggio (2006). Dalam konteks *coffee shop* di Kota Madiun, pemimpin yang hampu memberikan inspirasi dan dukungan terhadap karyawan Generasi Z berpotensi meningkatkan semangat, motivasi, dan perilaku inovatif mereka dalam bekerja.

Berbagai penelitian terkini menunjukkan bahwa kondisi psikologis karyawan juga berperan penting dalam mendorong perilaku kerja inovatif. Salah satu konsep yang banyak mendapat perhatian adalah *Thriving at Work*. *Thriving at Work* merupakan kondisi psikologis positif yang ditandai dengan adanya perasaan berenergi (*vitality*) dan terus berkembang melalui proses pembelajaran (*learning*) dalam pekerjaan (Porath et al., 2012;

Alwahhabi et al., 2023). Karyawan yang mengalami *Thrive at Work* tidak hanya merasa antusias dalam menjalankan pekerjaannya, tetapi juga merasakan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang mendukung perkembangan dirinya. Karyawan yang memiliki tingkat *Thriving at Work* yang tinggi cenderung menunjukkan motivasi kerja yang lebih besar, lebih proaktif dalam menyelesaikan pekerjaan, serta lebih terbuka terhadap ide dan pengalaman baru.

Kondisi tersebut membuat individu lebih terdorong untuk menciptakan dan mengimplementasikan inovasi dalam lingkungan kerja. Dalam industri *coffee shop*, karyawan dituntut untuk terus belajar mengenai produk, pelayanan pelanggan, tren pasar, serta penggunaan teknologi yang mendukung operasional bisnis. Namun demikian, tingginya intensitas pekerjaan dan tuntutan pelayanan yang cepat dapat menyebabkan sebagian karyawan mengalami kelelahan dan berkurangnya kesempatan untuk berkembang. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan tingkat *Thriving at Work* sehingga kemampuan karyawan untuk menghasilkan inovasi juga menjadi kurang optimal.

Kajian empiris mutakhir yang paling relevan dengan penelitian ini adalah studi yang dilakukan oleh Alwahhabi, Dukhaykh, dan Alonazi (2023) yang dipublikasikan dalam jurnal *Sustainability*. Penelitian tersebut membuktikan bahwa thriving at work memediasi secara penuh hubungan antara *transformational leadership* dan *innovative work behavior* pada 224 karyawan sektor swasta di Arab Saudi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

transformational leadership berpengaruh positif dan signifikan terhadap *thriving at work*, darí *thriving at work* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *innovative work behavior*. Temuan ini memberikan landasan empiris yang kuat bahwa *transformational leadership* mampu mendorong karyawan untuk merasa lebih vital dan terus belajar, yang pada gilirannya memicu munculnya perilaku kerja inovatif. Namun demikian, Alwahhabi et al. (2023) secara eksplisit mengakui keterbatasan penelitiannya, yakni temuan tersebut bersifat spesifik pada konteks Arab Saudi dan merekomendasikan agar penelitian lanjutan dilakukan pada sektor dan konteks yang berbeda, termasuk di negara-negara berkembang dengan karakteristik industri yang beragam.

Temuan tersebut tidak sepenuhnya konsisten dengan penelitian lain. Sudibjo dan Prameswari (2021) dalam penelitiannya yang dipublikasikan di jurnal Heliyon menemukan bahwa *transformational leadership* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *innovative work behavior* pada konteks guru di Indonesia. Pengaruh *transformational leadership* terhadap *innovative work behavior* dalam penelitian tersebut hanya terjadi melalui mekanisme mediasi, yaitu *knowledge sharing behavior* dan *person-organization fit*. Temuan ini mengindikasikan bahwa hubungan antara *transformational leadership dan innovative work behavior* bersifat kondisional dan sangat dipengaruhi oleh konteks industri, karakteristik responden, serta variabel psikologis yang menjembataninya.

Berdasarkan uraian fenomena empiris, data lokal, inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, dan kesenjangan konteks yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **"Pengaruh *Transformational Leadership* Terhadap *Innovative Work Behavior* Dengan *Thriving At Work* Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan Generasi Z Yang Bekerja Di *Coffee Shop* Kota Madiun"**. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam menjawab inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pengelolaan sumber daya manusia di industri *coffee shop* yang sedang berkembang pesat.

B. Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus penelitian, peneliti perlu membatasi permasalahan berdasarkan identifikasi yang telah dilakukan. Adapun batasan penelitian ini mencakup :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada 3 (tiga) variabel utama, yaitu *Transformational Leadership* sebagai variabel independen*, Innovative Work Behavior* sebagai variabel dependen, dan *Thriving at Work* sebagai variabel mediasi
2. Responden dalam penelitian ini dibatasi hanya pada karyawan Generasi Z (lahir tahun 1997-2012) yang sedang aktif bekerja di *coffee shop* atau yang pernah bekerja di *coffee shop* wilayah Kota Madiun.

3. Penelitian ini tidak mencakup karyawan dari industri lain di luar sektor *coffee shop*, serta tidak melibatkan karyawan dari generasi selain generasi Z.
4. Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *self-report* yang diisi secara mandiri oleh responden dan disebarkan secara langsung (*offline*) maupun secara daring (*online*) kepada karyawan Generasi Z yang bekerja di *coffee shop* Kota Madiun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah *Transformational Leadership* berpengaruh terhadap *Thriving at Work* pada karyawan Generasi Z yang bekerja di *coffee shop* Kota Madiun?
2. Apakah *Thriving at Work* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior* pada karyawan Generasi Z yang bekerja di *coffee shop* Kota Madiun?
3. Apakah *Transfornational Leadership* berpengaruh terhadap *Innovative Work Behavior* pada karyawan Generasi Z yang bekerja di *coffee shop* Kota Madiun?
4. Apakah *Thriving at Work* memediasi pengaruh *Transformational Leadership* terhadap *Innovative Work Behavior* pada karyawan Generasi Z yang bekerja di *coffee shop* Kota Madiun?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Transformational Leadership* terhadap *Thriving at Work* pada karyawan Generasi Z yang bekerja di *coffee shop* Kota Madiun.
2. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Thriving at Work* terhadap *Innovative Work Behavior* pada karyawan Generasi Z yang bekerja di *coffee shop* Kota Madiun.
3. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Transformational Leadership* terhadap *Innovative Work Behavior* pada karyawan Generasi Z yang bekerja di *coffee shop* Kota Madiun.
4. Untuk menganalisis dan membuktikan peran *Thriving at Work* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Transformational Leadership* dan *Innovative Work Behavior* pada karyawan Generasi Z yang bekerja di *coffee shop* Kota Madiun.

E. Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), khususnya dalam mengisi kesenjangan penelitian (*research gap*)

mengenai hubungan antara *Transformational Leadership*, *Thriving at Work*, dan *Innovative Work Behavior* pada konteks industri *coffee shop* dan karyawan Generasi Z di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik kepemimpinan, kesejahteraan psikologis, dan inovasi karyawan, terutama pada populasi Generasi Z di sektor industri jasa dan kreatif

2. Kegunaan Praktis

   a. Bagi peneliti

      Penelitian ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan dalam konteks nyata, khususnya pada bidang MSDM. Selain itu, penelitian ini juga salah satu syarat untuk menyelesaikan program sajana di Universitas PGRI Madiun.

   b. Bagi pemilik dan pengelola *coffee shop* di Kota Madiun

      Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya menerapkan gaya kepemimpinan transformasional dalam mengelola karyawan Generasi Z, sehingga dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendorong semangat, vitalitas, dan perilaku inovatif karyawan.

   c. Bagi Akademisi

      Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dan pengembangan kurikulum, khususnya dalam materi kepemimpinan

transformasional, perilaku organisasional, dan manajemen generasi di era modern

d. Bagi para pemimpin dan manajer *coffee shop*

Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam merancang program pengembangan kepemimpinan, pelatihan karyawan, dan strategi pengelolaan SDM yang lebih efektif, adaptif, dan berpusat pada kesejahteraan psikologis (*well-being*) karyawan Generasi Z.

e. Bagi karyawan Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya kondisi *thriving at work*, yaitu rasa vitalitas dan semangat belajar yang berkelanjutan, sebagai modal psikologis untuk mendorong kreativitas dan inovasi dalam pekerjaan sehari-hari.