

Analisis Kinerja Karyawan Generasi Z Dalam Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Pt. Kopi Warga Nusantara Bandung

Analysis Of Generation Z Employee Performance In Increasing Sales At Pt. Kopi Warga Nusantara Bandung

Fikri Mutawali Dinullah¹, Agus Alamsyah²

^{1,2}Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

Narahubung: Fikri Mutawali Dinullah, email: fikrimutawali12@gmail.com

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diajukan: 29/07/2025

Diterima: 20/07/2025

Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci:

Kinerja Karyawan, Generasi Z, Penjualan, PT. Kopi Warga Nusantara

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja karyawan generasi z dalam peningkatan penjualan pada PT. Kopi Warga Nusantara. Melalui metode kualitatif, pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan generasi z memiliki kontribusi signifikan dalam peningkatan penjualan, terutama dalam hal kualitas dan kuantitas kerja, ketepatan waktu, efektivitas, serta tanggung jawab, keunggulan dalam hal kreativitas, ketelitian, kemampuan adaptasi teknologi, dan komunikasi yang efektif dan juga mereka memiliki karakteristik yang multitasking, mereka juga mampu memanfaatkan media sosial dan teknologi digital, dan mendorong transaksi penjualan. Meskipun memiliki keunggulan dalam kecepatan adaptasi teknologi dan kreativitas, tantangan tetap ada dalam hal konsistensi dan komunikasi interpersonal.

A B S T R A C T

This study aims to analyze the performance of generation Z employees in increasing sales at PT. Kopi Warga Nusantara. Using a qualitative method, data was collected through observation, interviews, and documentation. The results of the study show that the performance of generation Z employees has made a significant contribution to sales improvement, particularly in terms of work quality and quantity, punctuality, effectiveness, and responsibility. They also demonstrate excellence in creativity, accuracy, adaptability to technology, and effective communication. Additionally, they are characterized by multitasking abilities and are capable of utilizing social media and digital technology to create attractive promotions, increase customer engagement, and drive sales transactions. Despite their advantages in technological adaptability and creativity, challenges remain in consistency and interpersonal communication.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i7>

e - ISSN: 2656-6362

p - ISSN: 2614-6681

©2025 Proceeding FRIMA, All rights reserved.

1. Pendahuluan

Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu proses dalam mengelola tenaga kerja secara efektif dan efisien melalui tahap-tahap perencanaan, penempatan, hingga pengendalian seluruh unsur manusia yang terlibat, demi tercapainya tujuan organisasi. Proses ini bertujuan untuk memberdayakan tenaga kerja secara manusiawi sehingga potensi fisik dan mental individu dapat dimaksimalkan secara optimal. Manajemen SDM juga mencakup kebijakan dan langkah-langkah strategis yang dijalankan oleh pihak yang bertanggung jawab atas urusan ketenagakerjaan, seperti perekrutan, seleksi, pelatihan, pemberian insentif, serta evaluasi kinerja.

Perubahan demografis di dunia kerja akibat kehadiran generasi Z menjadi perhatian utama bagi banyak perusahaan, termasuk PT. Kopi Warga Nusantara. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS), Generasi Z merupakan kelompok dengan jumlah populasi terbesar di Indonesia, mencakup sekitar 27,94% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 270,20 juta jiwa pada tahun 2020. Dari data tersebut, jumlah gen Z di Indonesia mencapai kurang lebih 75 juta jiwa.

Menurut Rachmatunnissa, D. (2024), kopi merupakan komoditas perkebunan yang memiliki banyak peminat di Indonesia. Dalam beberapa waktu terakhir, minat masyarakat terhadap kopi semakin meningkat. Dalam statistik mengenai konsumsi kopi dunia, *International Coffee Organization* mencatat bahwa konsumsi kopi masyarakat Indonesia terus meningkat selama tahun 2017-2023 dengan peningkatan sebanyak 3,4% seiring dengan meningkatnya minat dan permintaan masyarakat terhadap kopi.

Kegiatan penjualan terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik secara kredit maupun tunai. Penjualan sebuah produk secara online kini semakin populer dengan adanya website, media sosial, e-commerce pembeli mengubah preferensi mereka dari interaksi secara langsung menjadi virtual yang memunculkan strategi penjualan yang baru sehingga dapat menjadi indikator pada penilaian ini yaitu keterlibatan digital dalam penjualan, keterlibatan pelanggan, serta kinerja dalam penjualan.

Fenomena yang terjadi pada perusahaan PT. Kopi Warga Nusantara adalah mengalami kenaikan signifikan pada tahun 2022 sebesar Rp. 998.469.201. namun pada tahun 2024 omset mengalami penurunan menjadi Rp. 772.148.725. fenomena ini menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan, mungkin terjadi kenaikan dan penurunan dalam performa usaha, yang ditandai oleh ketidakstabilan angka penjualan dari tahun ketahun.

2. Kajian Teori

Manajemen SDM

Dalam buku Manajemen sumber daya manusia (Daniel, 2022:4-5) ada beberapa penertian manajemen sumber daya manusia menurut Edwin B. Flippo. Fungsi personalia mencakup kegiatan seperti perekrutan, pelatihan, pemberian kompensasi, integrasi, dan pemeliharaan tenaga kerja dalam suatu organisasi, dengan tujuan utama mendukung pencapaian target dan sasaran organisasi tersebut.

Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan pada dasarnya mencerminkan segala tindakan yang dilakukan maupun yang tidak dilakukan oleh karyawan. Menurut Ansari, H. M. (2024), Kinerja karyawan merupakan hasil yang dicapai oleh seorang karyawan dalam menjalankan tugasnya berdasarkan kemampuan yang dimilikinya. Kinerja karyawan menunjukkan sejauh mana kontribusi yang diberikan terhadap organisasi, kinerja ini memiliki peran yang krusial, karena kualitas kerja perusahaan sangat bergantung pada kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas yang diberikan.

Peningkatan Penjualan

Penjualan adalah suatu kegiatan pemasaran atas penjualan produknya kepada para pembeli yang dilakukan perusahaan dengan menyalurkan barang produksi tersebut supaya dapat dikonsumsi oleh para pembeli menurut Emaya, W. S. (2020). Peningkatan pada penjualan sangat dipengaruhi oleh promosi penjualan. Promosi penjualan merupakan sebuah intensif jangka pendek yang digunakan untuk mendorong

pembelian dan penjualan dari suatu produk atau jasa dengan instrumen yang digunakan berupa kontes, pameran, kupon, diskon, demontran, dan lainnya.

3. Metode Penelitian

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penulis menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini. Yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana kinerja karyawan generasi Z berkontribusi dalam peningkatan penjualan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali persepsi, pengalaman, serta konteks sosial dan budaya kerja memengaruhi cara kerja karyawan generasi Z dalam lingkungan perusahaan. penelitian berangkat dari fakta atau kejadian lapangan yaitu menjelaskan bagaimana kinerja karyawan generasi Z dalam peningkatan penjualan ada PT. Kopi Warga Nusantara.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan umum dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data terdiri dari :

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

Metode Analisis Data

Dalam pendekatan kualitatif, data dikumpulkan dari berbagai sumber dengan memanfaatkan beragam teknik pengumpulan data melalui proses triangulasi, dan dilakukan secara berkelanjutan hingga mencapai titik kejemuhan data.

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mesistematikan apa yang sedang dieliti dan mengatur hasil wawancara seperti apa yang dilakukan dan dipahami agar supaya peneliti bisa menyajikan apa yang didapatkan pada orang lain. Analisis data menggunakan proses pencarian dan penyusunan data yang sistematis melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi

4. Hasil Dan Pembahasan

Kinerja Karyawan Generasi Z pada PT. Kopi Warung Nusantara

Kinerja karyawan generasi Z pada PT. Kopi Warga Nusantara menunjukkan kontribusi yang signifikan dalam berbagai aspek operasional dan strategis perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan CEO dan 4 karyawan generasi Z dikenal memiliki karakteristik yang adaptif, cepat belajar, dan melek teknologi. Mereka cenderung lebih nyaman bekerja menggunakan perangkat digital dan terbiasa dengan komunikasi yang cepat melalui media sosial.

Dalam hal produktivitas kerja, karyawan generasi Z dinilai mampu menyelesaikan tugas dengan cepat dan akurat. Di bagian operasional, mereka bekerja secara efisien dan mampu beradaptasi dengan sistem kerja digital, seperti penggunaan aplikasi untuk kasir, dan sistem inventori. Sementara dalam bagian promosi, kemampuan mereka dalam mengelola media sosial dan membuat konten yang relevan dengan trend sangat membantu perusahaan dalam menjangkau konsumen baru, khususnya dari kalangan muda. Selain itu, karyawan generasi Z juga menunjukkan keunggulan dalam aspek komunikasi. Mereka terbiasa menyampaikan pesan dengan singkat, menarik, dan mudah dipahami oleh *audiens*. Dalam konteks pelayanan pelanggan, hal ini menjadi keunggulan tersendiri karena mereka mampu membangun interaksi yang positif dan responsif. Hal ini berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen terhadap merek.

Namun demikian, masih ditemukan beberapa tantangan yang perlu menjadi perhatian. Beberapa informan menyampaikan bahwa generasi Z cenderung lebih membutuhkan arahan yang jelas dan

konsisten, serta motivasi yang berbasis pada pengakuan dan fleksibilitas. Oleh karena itu, sistem kerja yang mendukung kolaborasi dan keterlibatan aktif sangat penting untuk mengoptimalkan kinerja mereka. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa generasi Z di PT. Kopi Warung Nusantara menunjukkan potensi besar dalam mendukung kemajuan perusahaan, terutama dalam aspek inovasi, kecepatan kerja, dan strategi komunikasi modern.

Penikatan Penjualan Pada PT. Kopi Warga Nusantara

Peningkatan penjualan di PT. Kopi Warga Nusantara tidak terlepas dari peran aktif karyawan generasi Z dalam proses pemasaran, pelayanan, dan distribusi. Berdasarkan hasil wawancara, promosi yang dilakukan oleh tim yang melibatkan karyawan Gen Z tidak hanya sebatas penawaran harga, tetapi juga menghadirkan nilai tambah melalui cerita produk, edukasi konsumen, dan pendekatan visual yang menarik.

Salah satu faktor penting dalam peningkatan penjualan adalah keberhasilan dalam menarik perhatian konsumen melalui komunikasi visual dan naratif. Konten yang dibuat oleh tim digital marketing yang sebagian besar diciptakan oleh karyawan Gen Z mampu menciptakan kampanye yang relevan, trending, dan dekat dengan audiens muda. Konsumen merasa lebih terhubung karena kampanye promosi tidak hanya berisi informasi produk, tetapi juga menyampaikan pesan sosial, yang ditawarkan.

Selain itu, strategi promosi yang mengandalkan urgensi waktu seperti flash sale, countdown, dan promosi harian terbukti efektif dalam mendorong transaksi cepat. Respon dari konsumen meningkat ketika promosi dibatasi waktu, menunjukkan bahwa Gen Z memahami perilaku konsumen digital yang cenderung FOMO (*Fear of Missing Out*). Hal ini berkontribusi langsung terhadap peningkatan penjualan.

Distribusi produk juga menjadi lebih efisien karena karyawan generasi Z terbiasa bekerja cepat dan mampu menggunakan perangkat serta aplikasi logistik yang mendukung pelacakan pengiriman. Hal ini membantu perusahaan menjaga kepuasan konsumen dari sisi kecepatan pelayanan.

Dengan demikian, keterlibatan karyawan generasi Z tidak hanya berdampak pada kualitas kerja internal, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian target penjualan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

5. Penutup

KESIMPULAN

1. Kinerja karyawan generasi Z di PT. Kopi Warga Nusantara memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan. Mereka menunjukkan keunggulan dalam hal kreativitas, ketelitian, kemampuan adaptasi teknologi, dan komunikasi yang efektif.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan generasi Z meliputi kemampuan digital, disiplin kerja, rasa tanggung jawab, serta dukungan lingkungan kerja yang fleksibel. Karyawan Gen Z cenderung lebih produktif dalam lingkungan yang menghargai inovasi dan memberi ruang untuk berekspresi.
3. Strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja karyawan Gen Z adalah dengan memberikan pelatihan digital, mentoring antar generasi, pemberian tanggung jawab secara bertahap, dan mendorong partisipasi aktif dalam pengambilan keputusan promosi. Pendekatan ini dapat memaksimalkan potensi mereka dalam pengambilan keputusan promosi. Pendekatan ini dapat memaksimalkan potensi mereka dalam mendukung tujuan perusahaan.

SARAN

1. Bagi perusahaan (PT. Kopi Warga Nusantara):

Diperlukan sistem pembinaan dan pelatihan yang terstruktur bagi karyawan Gen Z, khususnya dalam mengembangkan keterampilan komunikasi, manajemen waktu, dan strategi pemasaran digital. Perusahaan juga disarankan menciptakan budaya kerja yang kolaboratif dan terbuka agar potensi inovatif karyawan Gen Z dapat dimaksimalkan.

2. Bagi Karyawan Generasi Z :

Diharapkan untuk terus mengembangkan keterampilan interpersonal dan tanggung jawab kerja, agar tidak hanya unggul dalam hal teknis, tetapi juga mampu bekerja dalam tim dan menjalin hubungan kerja yang baik dengan rekan lintas generasi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya :

4. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur sejauh mana kontribusi kinerja Generasi Z terhadap peningkatan omzet secara statistik. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat memperluas objek pada perusahaan sector lain untuk membandingkan pola kerja dan efektivitas kontribusi Gen Z.

6. Ucapan Terimakasih

Berkat petunjuk dari ALLAH SWT, usaha dan disertai doa dari kedua orang tua dalam menjalani akademik di perguruan tinggi Universitas Teknologi Digital, Alhamdulilah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan penelitian ilmiah yang berjudul "Analisis Kinerja Karyawan Generasi Z Dalam Peningkatan Penjualan pada PT. Kopi Warg Nusantara Bandung".

7. Referensi

- BPS. (2021, 1 21). *Hasil sensus penduduk 2020*. Retrieved from Badan Pusat Statistika:<https://webapi.bps.go.id/download.php?f=NEBcUB0/pgq10kS8qR1NtUtaRlZFakJMqlZFZjZXUWEzR01ralVscCtNYkxzbzFGUFZDU2g2UVJ>
- GQVRhOTRybHp5Sm1jQkhKMGc1YzJRUkViMDA2SnljempCakEwVGJWWVRUMDA3SWxzOUZBam1JQXRGa
mk5UGdSSFRPc E52Rkd6Szkv2lFbExtM U9IY0w2WDhTbmtYZGdJd0cvUG5uK3
- Rachmatunnissa, D. (2024). *SEGMENTASI KONSUMEN COFFEE SHOP GENERASI Z DI JATINANGOR*. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*.
- Dr. Daniel Adi Setya Rahardjo S.E., M. M., M. K. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (SE., M. M., M. K. Edwin Zusrony, Ed.).
- Ansari, H. M. (2024). *determinan kinerja karyawan dan peranan moderasi gen-z. jurnal ekonomi manajemen dan bisnis*.
- Emaya, w. s. (2020). *strategi peningkatan omzet penjualan bagi pedagang pasar bulu setelah renovasi. strategi peningkatan penjualan*.