ANALISIS HUBUNGAN *JOB CRAFTING* DENGAN *WORK ENGAGEMENT* PADA PEKERJA *GIG ECONOMY* DI INDONESIA

Sonya Dafa Ratnalusty Natasya[1], Sukmarani[2], Rini Eka Sari[3]

[1,2,3]Program Studi Psikologi
Fakultas Psikologi
Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
Email : sonyadafarn26@gmail.com[1], sukmarani@ustjogja.ac.id[2], rinisari@ustjogja.ac.id[3]

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan guna menganalisis keterkaitan hubungan *Job Crafting* dengan *Work Engagement* pada pekerja *Gig Economy* di Indonesia. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara *Job Crafting* dengan *Work Engagement* pada pekerja *Gig Economy*, khususnya *driver* Shopeefood di Daerah Istimewa Yogyakarta yang berjumlah 251 orang. Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik dalam pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala *Work Engagement* dan skala *Job Crafting*. Metode analisis data menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson dengan bantuan program Jamovi. Hasil dari analisis data menunjukkan koefisien korelasi (r) = 0,642 dengan taraf nilai signifikansi p = 0,000 (p < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, sehingga disimpulkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara *Job Crafting* dengan *Work Engagement*. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,413 menunjukkan bahwa *Job Crafting* menghasilkan sumbangan efektif sebesar 41,3 persen terhadap *Work Engagement*.

Kata Kunci: *Job Crafting, Work Engagement*, Pekerja *Gig Economy*

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the relationship between *Job Crafting* and *Work Engagement* in *Gig Economy workers* in Indonesia. The hypothesis proposed in this study is that there is a positive relationship between *Job Crafting* and *Work Engagement* in *Gig Economy workers*, especially Shopeefood *drivers* in the Special Region of Yogyakarta which totals 251 people. The sampling technique used is *purposive sampling*. The technique in collecting data for this research was carried out using *the Work Engagement* scale and *the Job Crafting* scale. The data analysis method uses the *Product Moment correlation technique* from Pearson with the help of the Jamovi program. The results of the data analysis showed a correlation coefficient (r) = 0.642 with a significance value of p = 0.000 (p < 0.05). This shows that the hypothesis is accepted, so it is concluded that there is a significant positive relationship between *Job Crafting* and *Work*

Engagement. A determination coefficient value (R^2) of 0.413 shows that *Job Crafting* makes an effective contribution of 41.3 percent to *Work Engagement*.

Keywords: Job Crafting, Work Engagement, Gig Economy Workers

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi lanskap dunia kerja global secara signifikan melalui kemunculan model *Gig Economy* yang menawarkan fleksibilitas kerja melalui platform digital dengan sistem kontrak jangka pendek (Suryadi & Nasution, 2023). Di Indonesia, pergeseran struktur pasar tenaga kerja menuju sektor jasa ini sangat bergantung pada teknologi informasi untuk menghubungkan penyedia jasa dan konsumen, sehingga menciptakan pilar ekonomi baru yang didominasi oleh aspek informalitas (Siregar, 2024). Fenomena tersebut diperkuat oleh data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang tercatat bahwa sekitar 57,95 persen dari keseluruhan tenaga kerja di Indonesia saat ini berada pada sektor informal, yang dimana para pekerja *gig* kini telah didalamnya (CIPS, 2025).

Meskipun model *Gig Economy* menawarkan otonomi, para pekerja di Indonesia menghadapi kendala serius terkait minimnya akses jaminan sosial dan perlindungan Asuransi resmi. Situasi tersebut semakin berat karena upah yang tidak mencukupi, surasi kerja berlebihan bahkan hingga potensi eksploitasi oleh sistem pada *platform* (Naibaho, 2025). Ketidakpastian pekerja dan risiko finansial yang tinggi tersebut menciptakan tekanan psikologis yang besar serta kondisi kerja yang rentan (Nawangsari, 2025). Akibatnya, tekanan yang berkelanjutan ini berkontribusi pada tingginya risiko stress kerja di kalangan pekerja gig (Nasution, 2025).

Kondisi tersebut mengindikasi adanya potensi rendahnya *Work Engagement* pada kalangan pekerja *gig*, padahal konstruk ini merupakan outcome psikologis ideal yang ditandai oleh pikiran positif dan memuaskan terkait pekerjaan (Schaufeli dkk, 2002). Tingkat *Work Engagement* kerja yang tinggi sangat krusial karena mampu mendorong individu untuk tetap gigih, energik dan tekun, yang

pada akhirnya menentukan kualitas layanan serta keberlangsungan karier mereka. Sebaliknya, *Work Engagement* yang rendah berisiko membuat pekerja menjadi pesimis dan kehilangan motivasi, sehingga diperlukan mekanisme internal yang kuat untuk mempertahankan *Work Engagement* sebagai bentuk pertahanan di tengah kerentanan ekonomi (Schaufeli dkk, 2002).

Pengujian ini difokuskan pada Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai studi kasus yang *representative,* mengingat maraknya pekerja muda di sektor ojek *online* hingga *freelancer* yang menghadapi risiko penurunan keterampilan dan eksploitasi akibat tingginya persaingan kerja. Analisis mendalam menunjukkan bahwa *Gig Economy* di Yogyakarta sangat rentan terhadap ketidakpastian kondisi kerja serta eksploitasi upah yang memicu tekanan psikologis (Firdasanti dkk, 2021). Pemilihan mitra pengemudi Shopeefood sebagai penelitian memiliki justifikasi kuat karena platform tersebut menciptakan tantangan kerja yang unik, seperti tekanan penyelesaian pesanan secara cepat, yang menuntut inisiatif proaktif tinggi dari setiap pengemudi.

Hasil wawancara mendalam yang dilakukan pada bulan Oktober 2025 terhadap 5 mitra *driver* Shopeefood di Yogyakarta, mengungkapkan bahwa subjek secara proaktif melakukan modifikasi tugas yang mencerminkan upaya *Job Crafting* untuk menjaga efisiensi kerja. Upaya proaktif dalam mengelola tantangan kerja tercermin dari pernyataan salah satu subjek yang mengungkapkan, *"Saya sering atur lagi jadwal kerja dan cara ngomong ke pelanggan biar nggak buang waktu, jadi tenagaku full buat kelarin target harian"* (Wawancara, 24 Oktober 2025). Selain itu, ada subjek lain yang menyatakan, *"Pas lagi asyik ngejar orderan, saya bisa terlalu fokus, kayak nggak ngerasa capek sama sekali"* (Wawancara, 24 Oktober 2025). Hal ini mengonfirmasi bahwa keterlibatan emosional dan kognitif yang tinggi mampu menjadi pelindung psikologis bagi pengemudi saat menghadapi beban kerja yang berat di lapangan.

Hasil wawancara terhadap 5 *driver* Shopeefood di DIY menunjukkan bahwa subjek secara konsisten melakukan inisiatif proaktif dalam mengelola pekerjaan melalui modifikasi hingga perubahan makna kognitif yang merupakan

karakteristik utama dari *Job Crafting*. Kehadiran *Job Crafting* di lapangan memperkuat dugaan bahwa variabel ini merupakan prediktor utama sekaligus mekanisme pertahanan yang menjaga *Work Engagement* tetap optimal. Sifat proaktif pekerja berperan sebagai jembatan logis yang memungkinkan subjek memodifikasi tugas dan lingkungan kerja agar lebih sesuai dengan kebutuhan serta motivasi pribadi, yang pada akhirnya memprediksi tingkat *Work Engagement* yang lebih tinggi.

Temuan wawancara yang sejalan dengan teori *Job Crafting* ini didukung oleh penelitian Saragih dan Setyawan (2024), yang membuktikan adanya keterkaitan hubungan positif antara signifikan *Job Crafting* dengan *Work Engagement*. Hubungan keterkaitan tersebut didasarkan pada temuan bahwa inisiatif pekerja dalam memodifikasi lingkungan kerja berfungsi sebagai perilaku proaktif untuk meningkatkan serta mengoptimalkan sumber daya personal, contohnya efikasi diri dan optimisme yang menjadi pendorong utama tercapainya *Work Engagement*. Namun, adanya inkonsistensi literatur seperti studi Aldrin dan Merdiaty (2019) yang gagal membuktikan pengaruh signifikasi *Job Crafting* terhadap *Work Engagement*, menuntut dilakukannya pengujian ulang untuk memperjelas hubungan tersebut. Mengingat adanya celah penelitian dan karakteristik pekerjaan *Gig Economy* di Indonesia yang penuh ketidakpastian serta kerentanan struktural di DIY, hal tersebut melatarbelakangi ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Hubungan Antara *Job Crafting* dengan *Work Engagement* pada Pekerja *Gig Economy* di Indonesia".

Meskipun penelitian mengenai *Job Crafting* dan *Work Engagement* sudah banyak dilakukan pada sektor formal, studi pada sektor informal atau *Gig Economy* di Indonesia masih memerlukan eksplorasi lebih lanjut, terutama pada spesifik pengemudi ojek *online* di wilayah urban seperti Daerah Istimewa Yogyakarta. Keunikan interaksi antar fleksibilitas kerja dan tekanan ekonomi pada subjek ini menjadi urgensi dilakukannya penelitian ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris hubungan *Job Crafting* dengan *Work Engagement* pada pekerja *Gig Economy* di

Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan konstribusi teoritis bagi pengembangan psikologi industri dan organsasi, sertaa memberikan masukan praktis bagi pekerja *gig* dan pengelola platform dalam meningkatkan kesejahteraan psikologis dan produktivitas di lingkungan kerja yang fleksibel.

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Desain penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan variabel *Job Crafting* dengan variabel *Work Engagement*.

2. Sampel Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pekerja *Gig Economy*, khususnya *driver* Shopeefood di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam menentukan sampel dalam menjaring responden, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan dibantu dengan *snowball sampling* dikarenakan pekerja *driver online* bersifat spesifik dan sulit dijangkau melalui daftar resmi yang tersedia (Lenaini, 2021), dengan melibatkan responden sebanyak 251 orang. Kriteria responden meliputi *driver* aktif yang tergabung dalam komunitas pengemudi di wilayah tersebut, berusia 18 tahun keatas (usia legal untuk bekerja) dan telah bekerja aktif menggunakan *platform* digital minimal 3 bulan terakhir.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran skala penelitian secara daring memanfaatkan *platform Google Form*. Instrumen penelitian terdiri dari 2 skala utama:

a) Skala *Work Engagement*, yang mengacu pada hasil adaptasi dari *Utrecht Work Engagement Scale* (UWES) karya Schaufeli, Salanova, González-Romá, & Bakker (2002) dengan mencakup 3 pengukuran aspek, yaitu:

Table 1. Skala *Work Engagement*

Variabel	Instrumen	Aspek
Work Engagement	*Utrecht Work Engagement Scale* (UWES-9)	*1. Vigor* *2. Dedication* *3. Absorption.*

Selain itu, *Work Engagement* juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dikembangkan oleh Demerouti, Bakker, Nachreiner, & Scaufeli (2001) yaitu:

Table 2. Skala *Work Engagement*

Variabel	Faktor	Komponen
Work Engagement	*Job Resources*	1. Otonomi Kerja 2. Dukungan Soaial 3. Umpan Balik Kinerja
	Personal Resources	1. *Self-efficacy* (*Efikasi* Diri) 2. Optimisme dan Ketahanan *(Resilience)* *3. Proactivity (Proaktif)*

b) Skala *Job Crafting*, berdasarkan pada 4 aspek yang dikemukakan oleh Tims, Bakker, & Derks (2012) yang disusun berdasarkan aspek:

Table 3. Skala *Job Crafting*

Variabel	Instrumen	Aspek
Job Crafting	*Job Crafting Scale*	1. *Increasing Structural Job Resources* 2. *Increasing Social Job Resources* 3. *Increasing Challenging Job Demands* 4. *Decreasing Hindering Job Demands.*

5. Validitas dan Reliabilitas

Validitas merupakan suatu tingkat keakuratan informasi yang diukur dengan alat ukur dan sedangkan realibilitas umtuk mengetahui suatu instrumen telah reliabel (Azwar, 2017). Sebelum peneliti melakukan analisis data, instrument diuji melalui validitas isi menggunakan *professional judgment* dan uji reliabilitas dengan formula *Alpha Cronbach.* Skala *Work Engagement* memiliki hasil koefisien reliabilitas sebesar 0,928, sedangkan skala *Job Crafting* sebesar 0,922. Kedua skala dinyatakan reliabel karena berada di atas ambang batas 0,80.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson untuk menentukan kekuatan dan arah hubungan antar variabel. Seluruh proses pengolahan data statistik dilakukan dengan bantuan *software* Jamovi 2.6.44.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

a. Deskripsi Data Penelitian

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 251 orang dengan karakteristik subjek adalah *driver* Shopeefood yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Subjek penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki sebanyak 225 orang (89.6 persen) dan perempuan sebanyak 26 orang (10.4 persen).

Table 4. Kategorisasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	%
Laki-Laki	225	89.6%
Perempuan	26	10.4%
Total	251	100%

Selain itu, subjek dalam penelitian ini berusia 18 hingga >45 tahun dan mayoritas berada pada kelompok usia 18-25 tahun sebanyak 143 orang (57 persen). Sisanya terbagi pada kategori usia 26-35 tahun (55 orang), >45 tahun (28 orang) dan 36-45 tahun (25 orang). Dari total 251 responden yang berstatus belum menikah sebanyak 176 orang (70,1 persen) dan yang sudah menikah sebanyak 75 orang (29,9 persen). Mayoritas subjek tidak memiliki tanggungan keluarga sebanyak 170 orang (67,7 persen), yang dengan jumlah tanggungan 3-5 orang tercatat sebanyak 41 orang (16,3 persen), dengan 1-2 orang tanggungan sebanyak 32 orang (12,7 persen) dan dengan tanggungan terbanyak (>5 orang) hanya 8 orang (3,2 persen). Latar belakang pendidikan mayoritas *driver* Shopeefood merupakan lulusan SMA/SMK/Sederajat dengan jumlah 195 orang (77,7 persen), dengan tingkat pendidikan Perguruan Tinggi berjumlah 50 orang (19,9 persen) dan dengan tingkat Pendidikan SMP atau dibawahnya hanya sebanyak 6 orang (2,4 persen).

Mayoritas responden menjadikan pekerjaan sebagai *driver* Shopeefood sebagai pekerjaan sampingan sebanyak 158 orang (62,9 persen) dan 93 orang (37,1 persen) reponden menjadikannya sebagai pekerjaan utama. Responden dalam pene litian ini, yang telah bekerja selama 1-3 tahun sebanyak 118 orang (47 persen) dan yang lainnya bekerja <1 tahun (78 orang), 3-4 tahun (33 orang) dan >4 tahun (22 orang). Setengah dari total responden, yaitu 124 orang (49,4 persen), memiliki rata-rata jam kerja 20-40 jam per minggu. Sebanyak 85 orang bekerja <20 jam dan 42 orang lainnya bekerja >40 jam dalam seminggu. Pendapatan responden didominasi oleh kelompok setara UMP sebanyak 110 orang (43,8 persen) dan kelompok kurang dari UMP sebanyak 112 orang (44,6 persen). Hanya sebagian kecil, yaitu 29 orang (11,6 persen) yang memiliki pendapatan di atas UMP.

Table 5. Kategorisasi Variabel *Work Engagement* dan *Job Crafting*

Kategori	Variabel					
	Work Engagement	**F**	**%**	***Job Crafting***	**F**	**%**
Sangat Tinggi	x > 101	11	4	x > 102	8	3
Tinggi	186 < x ≤ 101	40	16	92 < x ≤ 102	55	22
Sedang	72 < x ≤ 86	146	58	83 < x ≤ 92	124	49
Rendah	57 < x ≤ 72	37	15	73 < x ≤ 83	53	21
Sangat Rendah	x ≤ 57	17	7	x ≤ 73	11	4
Total		251	100		251	100

Berdasarkan kriteria pengelompokan subjek yang terbagi dalam 5 tingkay, hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas *driver* Shopeefood di Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki tingkat *Work Engagement* dan inisiatif mandiri yang cukup stabil. Hal ini dibuktikan dengan sebaran data variabel *Work Engagement* yang didominasi oleh kategori sedang sebesar 58 persen, serta variabel *Job Crafting* yang juga berada pada kategori sedang dengan persentase 49 persen. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar *driver* memiliki kapasitas psikologis dan perilaku proaktif yang memadai, namun masih terdapat ruang untuk dioptimalkan agar mencapai level yang lebih tinggi.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data penelitian yang digunakan terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik teknik *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* dengan menggunakan bantuan program JAMOVI 2.6.44. Hasil uji normalitas untuk variabel *Work Engagement* menunjukkan koefisien statistik = 0,0532 dengan nilai p = 0,476 (p > 0,05) dan variabel *Job Crafting* menunjukkan koefisien statistik = 0,0825 dengan nilai p = 0,066 (p > 0,05). Hasil uji normalitas data *Work Engagement* dan *Job Crafting* tersebut dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

c. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan guna memastikan adanya hubungan garis lurus antara variabel bebas dengan variabel terikat, yang terpenuhi jika nilai signifikasi *deviation from linearity* > 0,05. Berdasarkan hasil analisis regresi, ditemukan hubungan yang signifikan dan linear antara *Job Crafting* denagn *Work Engagement* (t = 13,229; p < 0,001) dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,642 dan koefisien determinasi ((R^2) sebesar 0,413. Selain itu, uji asumsi multikolinearitas menunjukkan tidak adanya kendala teknis dengan nilai VIF sebesar 1,00, sehingga model penelitian ini dinyatakan memenuhi syarat linearitas dan bebas dari gejala multikolinearitas.

d. Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian ini diuji menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson guna menguji hubungan *Job Crafting* dan *Work Engagement*. Hasil analisis menunjukkan koefisien korelasi (r) sebesar 0,642 dengan nilai signifikasi p = 0,001 (p<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang berasumsi bahwa terdapat adanya keterkaitan hubungan positif antara kedua variabel tersebut dinyatakan diterima. Hal ini berarti semakin tinggi aktivitas *Job Crafting* yang dilakukan, maka semakin tinggi juga tingkat *Work Engagement* pada pekerja *Gig Economy* di Yogyakarta. Selain itu, nilai pada koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,413 membuktikan bahwa variabel *Job Crafting* memberikan kontribusi sumbangan efektif sebesar 41,3 persen terhadap variabel *Work Engagement*.

2. Pembahasan

Hasil temuan pada analisis korelasi *product moment* menunjukkan koefisien korelasi (r) sebesar 0,642 dengan signifikasi p < 0,001 yang mengonfirmasi adanya hubungan positif signifikan pada *Job Crafting* dengan *Work Engagement* pada *driver* Shopeefood di DIY. Temuan ini

mengindikasikan bahwa semakin tinggi inisiatif pekerja dalam memodifikasi tugas, semakin tinggi pula keterikatan kerja mereka. Hal ini sejalan dengan temuan Saragih dan Setyawan (2024) bahwa perilaku proaktif dalam menyesuaikan aspek pekerjaan merupakan pendorong utama tercapainya kondisi psikologis yang positif.

Secara deskriptif, mayoritas responden berada pada kategori "sedang" baik pada variabel *Work Engagement* (58 persen) maupun *Job Crafting* (49 persen). Profil subjek didominasi oleh laki-laki (89,6 persen) pada rentang usia produktif 18-25 tahun (57 persen) dengan status belum menikah (70,1 persen). Karakteristik ini mencerminkan fleksibilitas dan adaptivitas generasi muda dalam menerapkan strategi *Job Crafting* berbasis teknologi untuk menjaga stabilitas semangat kerja. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Pratama & Kurniawan (2023) yang dimana generasi muda cenderung lebih adaptif dalam melalukan *Job Crafting* berbasis teknologi. Selanjutnya, ditinjau dari status pekerjaan, sebanyak 62,9 persen responden menjadikan pekerjaan ini sebagai sampingan, yang kemungkinan besar dilakukan untuk menyeimbangkan kebutuhan finansial dan hal lainnya. Di sisi lain, bagi 37,1 persen yang menjadikannya pekerjaan utama, tekanan ekonomi menjadi motivator kuat untuk mempertahankan *Work Engagement* yang tinggi demi pemenuhan kebutuhan hidup. Pengalaman kerja mayoritas selama 1-3 tahun (47 persen) juga mempermudah individu dalam melakukan *Job Crafting* karena telah mengenali pola pesanan dan lokasi potensial di wilayah strategis DIY.

Nilai pada koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,413 menunjukkan bahwa *Job Crafting* menghasilkan sumbangan efektif sebesar 41,3 persen terhadap *Work Engagement*. Hal ini menegaskan bahwa kemampuan mengelola metode dan tujuan kerja secara mandiri adalah prediktor signifikan bagi keterikatan emosional pekerja *gig* di tengah tuntutan kerja yang dinamis. Meskipun demikian, terdapat 58,7 persen faktor lain di luar penelitian ini

yang turut memengaruhi tingkat keterikatan kerja responden. Penelitian ini mempunyai keterbatasan pada ruang lingkup yang sekadar menitikberatkan pada *driver* Shopeefood . Mengingat ekosistem *Gig Economy* sangat luas, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas subjek pada sektor lain untuk mendapatkan gambaran dinamika psikologis yang lebih komprehensif di Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan terdapatnya hubungan positif yang signifikan antara *Job Crafting* dengan *Work Engagement* pada *driver* Shopeefood di Daerah Istimewa Yogyakarta, dimana *Job Crafting* memberikan kontribusi sebesar 41,3 persen terhadap *Work Engagement* subjek. Berdasarkan temuan tersebut, para pekerja *gig* disarankan untuk terus meningkatkan inisiatif mandiri dalam mencari tantangan dan dukungan sosial guna mencegah kejenuhan, sementara perusahaan platform diharapkan dapat menyediakan ekosistem yang mendukung otonomi serta kesejahteraan mental mitra. Kepada peneliti berikutnya yang berminat meneliti tema yang sama untuk dapat memperluas cakupan penelitian ini serta disarankan untuk menggali faktor lain di karenakan penelitian ini hanya terbatas pada sektor layanan pengantaran *driver* Shopeefood , hal ini dilakukan supaya dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai fenomena *Job Crafting* dan *Work Engagement* di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Aldrin, N., & Merdiaty, N. (2019). Effect of job crafting on work engagement with mindfulness as a mediator. *Cogent Psychology*, *6*(1), 1684421.

Azwar, S. (2012). Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Center for Indonesian Policy Studies. (2025). *Gig economy: Kebebasan yang membebaskan kesejahteraan?* CIPS Indonesia. https://www.cips-indonesia.org/post/gig-economy-kebebasan-yang-membebaskan-kesejahteraan?lang=id diakses pada tanggal 2 November 2025.

Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout. Journal of Applied Psychology, 86(3), 499–512.

Firdasanti, A. Y., Khailany, A. D., Dzulkirom, N. A., Sitompul, T. M. P., & Savirani, A. (2021). Mahasiswa dan gig economy: Kerentanan pekerja lepas (freelancer) di kalangan tenaga kerja terdidik. *Jurnal PolGov*, 3(1), 165–204.

Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah, 6(1), 33-39.

Naibaho, H. (2025). Kajian literatur terhadap kontrol algoritma untuk mengelola *gig workers* pada perusahaan platform digital. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 4885–4890.

Nasution, H., Rahmadi, M. A., Mawar, L., & Sari, M. (2025). Stres ekonomi dan kesehatan mental kalangan pekerja. *Jurnal Psikologi Poseidon*, 8(1), 15–42.

Nawangsari, S. A. (2025). Legal protection for gig economy workers from the perspective of labor law in Indonesia. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 3(1), 937-954.

Pratama, A., & Kurniawan, D. (2023). Karakteristik demografis dan perilaku proaktif pada driver ojek online di Indonesia. Jurnal Psikologi Sosial & Ekonomi, 11(2), 89–104.

Saragih, A. E. M., & Setyawan, N. F. B. (2024, August). The relationship between job crafting and work engagement in millennial employees. In *Proceeding International Conference on Psychology* (pp. 321–327).

Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two-sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71–92.

Siregar, M. F. (2024). Dinamika pasar tenaga kerja Indonesia dalam era globalisasi. *Circle Archive*, 1(5).

Suryadi, S., & Nasution, F. A. P. (2023). Revolusi industri, tren pekerjaan masa depan, dan posisi Indonesia. *Jurnal Ketenagakerjaan*, *18*(2), 124-141.

Tims, M., Bakker, A. B., & Derks, D. (2012). Development and validation of the job crafting scale. *Journal of Vocational Behavior*, 80(1), 173–186.