

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia memiliki pekerja dengan berbagai generasi. Generasi-generasi tersebut terdiri dari *silent generation*, *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y. Pada masing-masing generasi memiliki karakteristik dan nilai-nilai yang berbeda. Di berbagai organisasi banyak bermunculan generasi Y yang merupakan kelahiran tahun 1977-1994. Generasi Y merupakan generasi yang hidup di era teknologi.

Di Indonesia terdapat lebih dari 80 juta generasi Y pada tahun 2010 dan diperkirakan akan meningkat menjadi 90 juta pada tahun 2030. Artinya, sepertiga masyarakat Indonesia adalah *Youth* (Mark Plus Institute. Com, 2015). Generasi ini merupakan generasi yang sedang banyak dicari dan dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan, bahkan terkadang menjadi andalan didalam perusahaan. Generasi Y merupakan generasi yang tidak takut perubahan, memiliki ide-ide yang luar biasa, dan produktif. Generasi Y mampu mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju (Karir.com, 2015).

Data yang didapatkan dari Karir.com tahun 2015, menginformasikan bahwa generasi X (dengan jumlah pengguna jasa pencarian kerja di Karir.com sebanyak 1.448 orang) yang memiliki gelar S1 tercatat sebanyak 64% dan tersebar dalam proporsi jabatan sebagai Department Manager (23%), Senior Staff (18%) dan Supervisor (17%). Kelompok generasi Y (dengan jumlah pengguna fitur sebanyak 5.273 orang), 62% diantaranya terdiri dari orang-orang yang memiliki gelar S1, dan meski 51% di antara total jumlah pengguna fitur masih berada pada

entry level, persentase pada Senior Staff di kalangan kelompok pekerja ini telah mencapai 22 % dan pada tingkat Supervisor 13%. Hal ini menunjukkan bahwa periode pertumbuhan karir generasi Y lebih progresif dibandingkan dengan generasi X.

Satu sisi generasi Y memiliki karir yang lebih progresif, namun pada sisi lain terdapat permasalahan mengenai keterikatan dengan organisasi pada generasi ini. Sebuah riset (dikutip dari Kompas.Com, 2016) yang dilakukan oleh perusahaan penyedia lowongan pekerjaan di Asia, JobStreet.com, menyatakan bahwa rata-rata “kesetiaan” generasi Y terhadap pekerjaan di kantor hanya bertahan sampai 12 bulan. Riset tersebut dilakukan dengan cara mendata pencari kerja di Indonesia sebanyak 10.000 orang. Alasan berpindahnya pekerja tersebut karena beberapa hal antara lain, ketidaksesuaian minat, lingkungan kerja yang kurang sesuai, hubungan tidak harmonis dengan atasan, melambatnya perkembangan karier, hingga tunjangan dan gaji yang dirasa kurang sesuai. Selain itu, terkadang banyak pekerja yang tidak bisa bertahan lama di perusahaan serta terjadi konflik dengan atasan maupun rekan kerja. Permasalahan-permasalahan tersebut membuat pekerja tidak merasa bahagia di tempat kerjanya dan mengakibatkan pekerja bisa berhenti bekerja atau menghasilkan kinerja yang kurang baik bagi perusahaan.

Mengutip Schawbel (2013), yang merupakan salah satu kontributor dari Forbes, mengatakan perusahaan di seluruh dunia sedang berhadapan dengan tingginya biaya yang harus dikeluarkan untuk para karyawan generasi Y dimana 70 persen dari mereka meninggalkan pekerjaan pertama mereka dalam dua tahun bergabung disuatu perusahaan. *Happiness* atau kebahagiaan merupakan suatu hal yang penting dan diinginkan oleh semua individu, termasuk kebahagiaan ditempat kerja. Seligman (2005)

menyatakan bahwa kebahagiaan merupakan konsep psikologis yang mengacu pada emosi positif yang dirasakan individu serta aktivitas-aktivitas positif yang disukai oleh individu tersebut. Konsep *happiness* ini bersifat subjektif karena setiap individu memiliki tolak ukur yang berbeda-beda. Seligman (2005:134) menyatakan bahwa orang yang bahagia tampak lebih puas dengan pekerjaannya dibandingkan dengan orang yang kurang berbahagia. Tolak ukur kebahagiaan bagi individu yang satu dengan yang lainnya berbeda-beda. Ada individu yang beranggapan bahwa kecukupan materi sebagai ukuran dari kebahagiaan. Namun, adapula yang menganggap bahwa kebahagiaan bukan sekedar materi tetapi juga perasaan yang berkaitan dengan pemaknaan atas berbagai peristiwa yang ada disetiap rentang kehidupan.

Sebuah kajian yang terdapat dalam buku "*Authentic Happiness*" menunjukkan bahwa perasaan bahagia dapat menyebabkan produktivitas yang lebih tinggi dan penghasilan yang lebih besar. Kajian tersebut mengukur emosi positif dari 272 karyawan dengan mengamati kinerja para karyawan tersebut selama berada di tempat kerja dalam waktu 18 bulan. Para karyawan yang bahagia mendapatkan evaluasi yang lebih baik dari penyeliannya serta gaji yang lebih tinggi. Kajian lainnya dengan skala yang besar terhadap para pemuda Australia yang dilakukan dalam waktu 15 tahun, ditemukan bahwa kebahagiaan membuat individu memiliki kemungkinan mendapatkan pekerjaan yang menguntungkan dan penghasilan yang lebih tinggi.

Kebahagiaan kerja akan memberikan kontribusi pada individu baik untuk organisasi maupun individu itu sendiri. Didalam organisasi, diperlukan seorang pekerja yang memiliki perasaan positif disetiap waktu, sehingga individu tersebut tahu bagaimana mengelola dan memaksimalkan

kinerja sehingga memberikan kepuasan dalam bekerja (Pryce & Jones, 2010).

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh perusahaan konsultan “Boston Consulting Group” (BCG), pada tahun 2016 kepada lebih dari 200.000 orang di seluruh dunia dari berbagai lapisan masyarakat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kebahagiaan seseorang di tempat kerja memperoleh hasil sebagai berikut. Ditemukan 26 faktor-faktor yang mempengaruhi kebahagiaan seseorang di tempat kerja yang pada akhirnya disederhanakan menjadi 10 faktor. Faktor-faktor tersebut antara lain: adanya penghargaan atau apresiasi untuk pekerjaan yang sudah dilakukan, hubungan yang baik dengan rekan kerja, keseimbangan lingkungan kerja yang baik, hubungan yang baik dengan atasan, stabilitas keuangan perusahaan, pembelajaran dan pengembangan karir, keamanan kerja, gaji tetap yang menarik, konten pekerjaan yang menarik serta nilai-nilai didalam perusahaan.

Perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia memiliki pendekatan yang berbeda-beda. Pada saat ini sedang marak diperbincangkan mengenai perusahaan-perusahaan yang menggunakan pendekatan *Positive Psychology*. *Positive psychology* merupakan pendekatan dengan melihat kelebihan atau potensi yang dimiliki oleh perusahaan serta mengembangkannya bukan melihat pada kekurangan yang ada. Salah satu perusahaan yang menggunakan pendekatan tersebut adalah Nutrifood. Perusahaan besar ini bergerak sebagai produsen makanan dan minuman kesehatan yang memiliki lingkungan kerja yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan lainnya.

Perusahaan Nutrifood berdiri sejak tahun 1979 dan berkomitmen untuk menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan agar karyawan

dapat merasa seperti bekerja di rumah sendiri. Visi dari perusahaan ini adalah “*Helping our customer to achieve a longer healthy life through our reputable and leading brands*”, sedangkan misi dari Nutrifood yaitu “*Inspiring a nutritious life*”. Nilai-nilai bisnis yang diterapkan oleh seluruh karyawan didalam perusahaan ini terdiri atas empat antara lain: 1) integritas dan keberlangsungan bisnis jangka panjang, 2) inovatif, berkarakter unik, dan premium, 3) pencegahan lebih baik daripada mengobati, 4) kesehatan dan kenikmatan berjalan selaras. Perusahaan Nutrifood berusaha untuk menjadikan kantor sebagai rumah kedua bagi para karyawannya mulai dari suasana kerja, desain ruangan, hingga dekorasi pada tiap sudut dibuat nyaman mungkin seperti berada di rumah sendiri. Ruang kerja yang biasanya identik dengan sekat-sekat dan dilengkapi dengan perangkat komputer digantikan dengan tempat kerja lesehan dengan meja dan terdapat beberapa bantal. Suasana kerja yang seperti itu membuat karyawan merasa rileks saat bekerja dan menciptakan rasa kekeluargaan antar karyawan. Selain itu, juga untuk memunculkan kreativitas dari para karyawan.

Nutrifood merupakan perusahaan yang suka melakukan kampanye mengenai gaya hidup sehat kepada masyarakat melalui beragam kegiatan. Tidak hanya memberikan kampanye kepada masyarakat, Nutrifood juga menerapkan gaya hidup sehat bagi para karyawannya baik yang berada di kantor pusat maupun di pabrik. Perusahaan memberikan fasilitas berupa pemeriksaan kesehatan rutin, gym, serta kelas olahraga (*body combat*, yoga, *aerobic*, dan lainnya) setelah jam kerja. Nutrifood juga memiliki program pengukuran komposisi tubuh bagi para karyawannya setiap tiga bulan sekali untuk mengetahui apakah karyawannya sudah menjalani pola hidup sehat dan komposisi tubuhnya sudah seimbang atau belum. Pengukuran tersebut dapat melihat komposisi lemak, tulang, dan nilai kebugaran yang dimiliki

seseorang. Tidak hanya itu, gaya hidup sehat di perusahaan ini juga terlihat pada menu sehat karyawan pada saat makan siang. Makanan yang disediakan pun tanpa gorengan dan minim gula maupun garam. Karyawan dapat memilih menu sehat favoritnya sendiri dengan memasukkan *password* dan nomor pegawai. Pada saat melakukan rapat, snack yang disediakan pun bukan gorengan tetapi salad atau buah-buahan sedangkan minumannya adalah air mineral atau jus buah.

Berikut terdapat wawancara yang dilakukan dengan informan D yang berusia 26 tahun dan sudah bekerja selama 3,5 tahun, di salah satu perusahaan manufaktur cat.

“ Bahagia dengan pekerjaan saya sekarang karena ini dunia yang saya impikan dalam bekerja sampai saat ini paling nyaman saya rasakan. Atasan sangat *support* untuk kemajuan saya. Lingkungan kerja cukup enak kok. Jadi kerjanya *enjoy*, bisa berkembang dengan baik juga. Atasan menyediakan waktu untuk aku konsultasi problem ku *after office*, lalu kasih *training-training* internal, juga dari HRD sering dibawa ikut *training marketing* semacam James Gwee dan lain-lainnya. Lalu, ketika ada *problem*, mau bantuin untuk solusinya yang enak bagaimana”.

Di sisi lainnya, hasil wawancara dengan informan A yang berusia 23 tahun dengan posisi staf IT yang sudah bekerja selama 11 bulan.

“ Aku sudah merasa senang sih dengan pekerjaan sekarang soalnya sesuai dengan kesukaanku. Namun, hambatanku dalam bekerja masih sulit menyesuaikan diri dengan lingkungan yang baru dan aku belum puas dengan pekerjaanku karena masih baru kerja, otomatis banyak yang masih aku ingin capai. Kadang aku juga merasa kurang percaya diri dalam memberikan penjelasan kepada *user* terkait dengan *trouble* yang ada di perusahaan.”

Kedua informan tersebut merupakan generasi Y yang memiliki pengalaman kerja yang berbeda. Informan D merasa bahwa lingkungan kerjanya sangat mendukung untuk kemajuan dirinya sehingga ia merasa nyaman dan senang ketika bekerja. Berbeda halnya dengan informan A yang masih belum terlalu senang dengan lingkungan kerjanya karena masih merasa sulit untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang baru serta masih memiliki banyak pencapaian yang diinginkan. Selain itu, informan A juga masih memiliki hambatan-hambatan didalam pekerjaannya seperti kurang percaya diri untuk memberikan penjelasan kepada *user* mengenai cara mengatasi permasalahan yang ada di perusahaan. Didalam perusahaan-perusahaan banyak bermunculan generasi Y yang bekerja karena merupakan angkatan kerja yang produktif dan dapat meningkatkan produktivitas kerja di perusahaan tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan karena generasi Y merupakan generasi yang nantinya akan mendominasi di perusahaan. Generasi Y yang akan memegang peranan yang cukup besar untuk memajukan suatu perusahaan. Perusahaan-perusahaan pun berupaya untuk mempertahankan keberadaan para generasi Y yang produktif untuk meningkatkan produktivitas kerja didalam perusahaan sehingga bisa mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. *Happiness* dalam bekerja bagi setiap individu pun berbeda-beda dan dengan adanya *happiness* tersebut para generasi Y akan bisa bertahan didalam perusahaan dan menghasilkan kinerja yang baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *happiness* para generasi Y didalam bekerja.

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk meneliti mengenai *happiness* pada generasi Y yang sudah bekerja, sehingga dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *happiness* dalam bekerja pada generasi Y. Generasi Y yang dimaksud didalam penelitian ini merupakan para pekerja dengan kisaran usia 20-37 tahun yang sudah bekerja selama minimal dua tahun. Ketika informan penelitian sudah bekerja selama minimal dua tahun, maka sudah melewati masa evaluasi kinerja selama dua tahun sehingga dapat mengetahui produktivitas kerjanya. Pekerja yang *happiness* didalam penelitian ini dilihat melalui faktor-faktor yang mempengaruhi *happiness* seseorang didalam bekerja.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi *happiness* dalam bekerja pada generasi Y di tempat kerja.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *happiness* pada orang yang sudah bekerja khususnya generasi Y. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk teori yang berhubungan dengan Psikologi Industri dan Organisasi tentang *happiness* didalam dunia kerja. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terkait dengan perkembangan *Positive Psychology* di Indonesia karena membahas tentang

emosi positif (*happiness*) seseorang didalam bekerja yang dapat meningkatkan produktivitas kerja.

1.4.2. Manfaat praktis

1) Bagi Perusahaan

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang membuat para pekerja merasakan *happiness* didalam bekerja khususnya pekerja dengan generasi Y. Hal tersebut bermanfaat bagi perusahaan karena generasi Y merupakan generasi muda yang memiliki produktivitas kerja yang tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini juga dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk membuat lingkungan kerja yang dapat menciptakan *happiness* dalam bekerja.

2) Bagi Informan

Manfaat penelitian ini bagi informan adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *happiness* pada diri informan didalam bekerja. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi informan untuk melakukan pengambilan keputusan dalam bekerja.

3) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini bermanfaat sebagai sumber referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya khususnya didalam ilmu Psikologi Industri dan Organisasi dan perkembangan mengenai *Positive Psychology* mengenai *happiness* didalam dunia kerja.