

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini berangkat dari jumlah populasi karyawan milenial di dunia kerja saat ini cukup banyak. Dilansir dari Kominfo.go.id hasil Sensus Penduduk 2020 yang dicatat oleh BPS, Indonesia saat ini didominasi oleh penduduk generasi Z (yang lahir pada tahun 1997-2012) dan generasi milenial (lahir pada tahun 1981-1996). Dari data tersebut, presentase jumlah generasi Z yaitu 27,94 persen dari total populasi dan generasi milenial yaitu 25,87 persen. Generasi Z memang merupakan generasi dengan jumlah penduduk terbanyak saat ini, akan tetapi mereka masih berada di usia 11-26 tahun, dimana sebagian besar masih menempuh pendidikan dan belum sepenuhnya memasuki usia produktif untuk bekerja. Maka, dapat disimpulkan bahwa yang mendominasi (jumlah populasi terbanyak) dunia kerja saat ini adalah generasi milenial (27-42 tahun).

Generasi milenial yang mendominasi angkatan kerja saat ini sering disebut juga sebagai generasi kutu loncat. Dilansir dari CNN Indonesia (2016) survei yang dilakukan oleh *JobStreet* menemukan sebesar 66% generasi milenial senang berpindah kerja dengan lama waktu kurang dari dua tahun. Faridah Lim, country manager *JobStreet* Indonesia juga mengatakan;

Perusahaan pun sudah sadar bahwa karakter pekerja saat ini yaitu generasi milenial adalah kutu loncat. Generasi milenial ini sangat kreatif dan cepat belajar, yang sebenarnya dapat jadi poin positif bagi perusahaan dengan cara memanfaatkan kreativitas generasi ini. Namun sayang, generasi ini juga mudah pindah kerja bila sedikit saja merasa tidak nyaman. Selain itu, mereka sangat pemilih bila ingin melamar pekerjaan.

Dari data yang tertera di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar karakteristik karyawan milenial saat ini sering berpindah-pindah kerja dari suatu perusahaan ke perusahaan lain yang disebut dengan istilah *job-hopping*. Sedangkan orang atau individu yang melakukan *job hopping* disebut *job hopper*. Berpindah

kerja mungkin dapat berkonteks positif jika memang bertujuan baik, seperti peningkatan jabatan, gaji, kenyamanan kerja, dsb. Akan tetapi berbeda dengan orang yang melakukan *job hopping*. Sianturi & Prabawani (2020) bahwa *job hopper* merupakan individu yang meninggalkan pekerjaannya dengan sukarela dan berpindah dalam waktu singkat serta adanya perasaan bosan atau hilangnya ketertarikan dengan pekerjaan saat itu. Watts (2010) menentukan masa kerja *job hopper* adalah tiga tahun dalam satu pekerjaan. Model perilaku *turnover* tradisional juga mendefinisikan *job hopping* sebagai pergantian pekerjaan dalam jangka waktu tiga tahun (Amato, 2014). Fan & Devaro (2015) mengatakan bahwa *job-hopping* memiliki sisi positif untuk menambah pengalaman, di berbagai posisi atau pekerjaan, mengembangkan informasi, keahlian, dan keterampilan yang dihargai di pasar tenaga kerja serta dapat meningkatkan karir. Akan tetapi, dibalik itu *job-hopping* juga identik dengan ketidaksetiaan atau loyalitas yang rendah. Hal ini tentu saja memberi dampak negatif juga bagi kedua sisi, yaitu *job-hopper* dan perusahaan.

Seperti yang kita ketahui dalam dunia kerja, sumber daya manusia merupakan suatu tombak utama dalam jalannya setiap perusahaan. Hal ini didukung dengan pernyataan Straub dan Attner (1985 dalam Gaol L, 2014) yang menuliskan “*People are the most important resource of an organization. They supply the talent, skills, knowledge, and experience to achieve the organization’s objective*” yang berarti sumber daya manusia merupakan sumber daya yang paling penting dalam sebuah organisasi karena merupakan pemasok bakat, keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman untuk mencapai tujuan organisasi. Seperti pernyataan Suryaratri Ratna Dyah dan Muhammad Adib Abadi (2018) dalam mencapai tujuan organisasi tentunya suatu perusahaan memiliki visi misi jangka panjang yang sudah ditetapkan sehingga karyawan yang dibutuhkan juga merupakan karyawan yang berfokus pada aspek jangka panjang. Penelitian lain mengungkapkan bahwa visi atau tujuan perusahaan dapat tercapai apabila karyawan pada perusahaan tersebut memiliki kesetiaan, kerja keras, dan komitmen dalam pekerjaannya (Utari, 2021). Maka, ketika karyawan-karyawan pada perusahaan tidak memiliki loyalitas dan komitmen, perusahaan juga akan kesulitan untuk mencapai visi yang sudah

ditetapkan. Inilah yang terjadi apabila banyak karyawan pada perusahaan yang melakukan *job-hopping*, kemampuan dan keterampilan yang disumbangkan oleh *job-hopper* kepada perusahaan tidak maksimal karena terbatas waktu. Sumbangan keahlian dan keterampilan dari karyawan yang diharapkan oleh perusahaan seharusnya terus meningkat dan berkembang untuk mencapai visi perusahaan, namun pada akhirnya juga terhambat dan tidak terpenuhi karena adanya karyawan yang keluar masuk perusahaan.

Kerugian perusahaan juga terjadi pada proses rekrutmen yang memakan cukup banyak biaya dan waktu, tidak sebanding dengan sumbangan kinerja, komitmen, serta loyalitas yang diberikan oleh *job-hopper*. Di sisi lain, perusahaan juga akan mengalami kesusahan karena adanya peningkatan beban kerja pada karyawan lain ketika ada *job-hopper* yang meninggalkan perusahaan (*resign*) dalam waktu singkat karena membutuhkan waktu untuk mencari pengganti dan membimbing ulang karyawan baru. Hal ini juga diungkapkan oleh Memon et al., (2015) bahwa *job-hopping* menyebabkan beban kerja pada karyawan yang masih bertahan menjadi lebih berat karena menggantikan pekerjaan dari karyawan yang keluar dan dapat menyebabkan menurunnya produktivitas perusahaan. Dampak negatif lainnya bagi perusahaan yaitu menyangkut kerahasiaan data. Menurut Suryaratri Ratna Dyah dan Muhammad Adib Abadi (2018) *job-hopping* dapat meningkatkan risiko penyebaran informasi penting ke perusahaan sejenis lainnya.

Tidak hanya perusahaan, seorang *job-hopper* juga akan mendapat dampak negatif ketika melamar pekerjaan, perusahaan akan ragu untuk mempekerjakan serta mengembangkan kemampuan karyawan baru (Larasati & Aryanto, 2020). Hal ini dikarenakan karyawan yang melakukan *job-hopping* memiliki rekam jejak berganti pekerjaan dalam waktu singkat dipandang sebagai individu yang labil dan tidak loyal terhadap perusahaan (Smith, 2013). Salah satu aspek yang diperhatikan dalam pemilihan pekerja adalah riwayat pekerjaan mereka, sehingga perusahaan cenderung ragu untuk merekrut para *job-hopper* sebagai pekerja.

Setelah mengetahui beberapa dampak *job-hopping* di atas, tidak dipungkiri kenyataannya masih banyak *job-hopper* yang terus berpindah pekerjaan. Hal ini sebenarnya dikarenakan beberapa faktor karakteristik milenial yang selalu

membutuhkan tantangan untuk berkembang. Supriyadi et al., (2021) juga mengatakan, bahwa generasi milenial cenderung menjadi mudah bosan dengan pekerjaannya, sehingga mereka membutuhkan stimulus kerja yang konstan serta umpan balik dalam bekerja. Gallup (2016) menyatakan bahwa terdapat ciri khas generasi milenial dalam bekerja yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya, seperti:

1. Para milenial bekerja bukan hanya sekedar untuk menerima gaji tetapi juga untuk mengejar tujuan (sesuai yang sudah dicita-citakan sebelumnya)
2. Milenial lebih menginginkan perkembangan diri mereka (mempelajari hal baru, *skill* baru, sudut pandang baru, mengenal lebih banyak orang, mengambil kesempatan untuk berkembang dan sebagainya)
3. Milenial tidak menginginkan atasan yang suka memerintah dan mengontrol
4. Milenial tidak menginginkan *review* tahunan, tetapi lebih mengarah kepada *on going conservation*.
5. Milenial lebih berpikir untuk mengembangkan kelebihanannya daripada memikirkan kekurangannya.
6. Bagi milenial, pekerjaan bukan hanya sekedar bekerja namun bekerja merupakan bagian dari hidup mereka

Maka dari itu, perusahaan-perusahaan saat ini juga harus mengikuti arus perkembangan milenial yang membutuhkan tantangan dalam dunia kerja agar tidak mudah bosan, seperti cara mengevaluasi, lingkungan kerja yang diciptakan, cara memimpin, peraturan, dsb. Selain itu, hal utama yang membuat seseorang dapat bertahan dalam pekerjaannya yang juga harus ditemukan, yaitu *meaning of work*. Menurut Steger et al., (2012), *meaning of work* merupakan suatu pengalaman subyektif dimana individu memiliki persepsi positif terhadap pekerjaannya serta memfasilitasi perkembangan diri dan memberi dampak positif bagi lingkungan sekitar. *Meaning of work* terdiri atas 2 hal utama, yaitu *meaning at work* dan *meaning in work* (Steger & Dik, 2009). *Meaning at work* mengacu pada kebutuhan relasional yang dipenuhi individu melalui tempat kerja mereka, sedangkan *meaning in work* mengacu pada rasa makna dan tujuan yang didapat individu dalam melakukan pekerjaan mereka. Maka 2 hal inti ini dapat diasumsikan sebagai

hubungan dan identitas. *Meaning at work* lebih mengarah pada hubungan individu dengan perusahaan tempat bekerja, seperti *value* perusahaan, relasi dengan rekan kerja, dsb. Dalam hal ini, *meaning in work* menurut model (Wrzesniewski, 2003) terdiri atas 3 kategori perspektif individu dalam memandang pekerjaannya yang sama dengan orientasi kerja, yaitu *job* (gaji, insentif, atau tunjangan lain), *career* (jenjang karir dan penghargaan), dan *calling* (panggilan dan berguna bagi lingkungan). Selain pandangan mengenai *job*, *career*, dan *calling*, *meaning in work* juga memiliki pandangan utama yang berkaitan dengan pemaknaan positif yang akan dibahas lebih lanjut pada aspek-aspek utama *meaning of work*.

Seperti yang sudah dikatakan di atas, secara keseluruhan aspek *meaning of work* yang menjadi acuan dalam penelitian ini sendiri lebih mengarah pada *meaning in work* yang berfokus pada pemaknaan positif, antara lain *positive meaning* dimana individu memaknai pekerjaannya sebagai suatu hal positif dan penting, *meaning making through work* dimana individu merasa pekerjaannya mempengaruhi kehidupan dan sarana meningkatkan diri, serta *greater good motivations* dimana individu menemukan manfaat atau dampak positif dari pekerjaannya terhadap lingkungan sekitar atau orang lain sehingga menjadi motivasi dalam bekerja.

Meaning of work atau makna kerja ini sangat penting bagi seorang karyawan agar mampu bertahan pada suatu perusahaan. Didukung juga oleh pernyataan Burrin (2018) bahwa orang menjadi lebih berkomitmen pada organisasi tempat bekerja ketika memiliki rasa makna dalam pekerjaannya. Dengan hal ini, individu yang memiliki kebermaknaan dalam pekerjaannya akan lebih berkomitmen dan tidak mudah keluar masuk atau berpindah pekerjaan. Lalu, bagaimanakah individu dapat menemukan makna dalam pekerjaannya? Ada faktor-faktor yang memengaruhi kebermaknaan kerja menurut Steger et al., (2012) antara lain faktor dari personal, interpersonal, dan konteks pekerjaan. Faktor dari dalam diri sendiri berupa usia, jenis kelamin, motivasi, dan kepribadian. Sedangkan faktor interpersonal atau orang lain terdiri atas pegawai selevel, pemimpin, dan bawahan. Adapun faktor konteks pekerjaan seperti desain pekerjaan, pembagian tugas, serta budaya organisasi.

Setelah membahas mengenai pentingnya *meaning of work* pada karyawan, peneliti mempertanyakan bagaimana dengan para *job-hopper* yang sering berpindah pekerjaan? Sedalam apakah makna tersebut dan mengapa individu masih sering berpindah pekerjaan? Karena seperti yang tertera di atas, bahwa individu yang sudah memiliki makna kerja cenderung akan berkomitmen pada pekerjaannya. Peneliti juga melakukan *preliminary research* pada seorang *job-hopper* yang membahas mengenai apa arti pekerjaan bagi mereka dan bagaimana perasaan kepada pekerjaannya saat ini.

”Iya.. udah 2 kali. Jenuh mungkin awal-awal dulu nggak ya, hmm.. awal masuk banyak belajar hal baru ya jadi enjoy karena aku.. aku pada dasarnya suka belajar, jadi dulu seneng. Ya, gitu lah lama-lama bosan juga soalnya.. apa ya.. nggak.. nggak.. hmm yang dikerjain itu-itu aja kan tiap hari, belum kalo kerjanya numpuk wah tambah jenuh. Ya senang lah bisa bantu-bantu di perusahaan, apalagi kalo kerjanya bagus dipuji. Pekerjaan ya apa ya.. ya istilahnya rutinitas harian gitu tiap hari ke kantor, buat memenuhi kebutuhan juga pasti.”

(M, 29 tahun)

Dari data *preliminary* di atas, dapat dilihat bahwa informan menganggap pekerjaan merupakan sarana untuk mencari uang atau pemenuhan kebutuhan hidup dan sebagai rutinitas harian. Informan sudah berpindah pekerjaan 2 kali selama setahun dan untuk pekerjaan saat ini informan merasa bosan karena pekerjaan yang dilakukan hanya itu-itu saja. Informan juga mengatakan bahwa dirinya senang ketika bisa membantu perusahaan. Hal ini sebenarnya memenuhi aspek *greater good motivations* pada *meaning of work* secara positif, akan tetapi perlu dipertanyakan mengapa individu masih sering berpindah pekerjaan? Bagaimana sebenarnya pemaknaan individu terhadap pekerjaannya? Maka dari itu, dilakukan penelitian kualitatif yang akan membahas mengenai gambaran secara mendalam *meaning of work* atau makna kerja pada *job-hopper* generasi milenial, yang cenderung lebih sering berpindah pekerjaan.

1.2 Fokus Penelitian

Bagaimana gambaran *meaning of work* pada karyawan *job-hopper* generasi milenial?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana gambaran *meaning of work* pada karyawan *job-hopper* generasi milenial.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bagi perkembangan ilmu Psikologi Positif dan Psikologi Industri Organisasi khususnya yang berkaitan dengan *meaning of work* atau makna dalam pekerjaan serta sumbangan informasi mengenai fenomena *job-hopping*.

1.4.2. Manfaat praktis:

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan mengenai pentingnya *meaning of work* dan informasi mengenai *job-hopping* yang sedang banyak terjadi pada karyawan milenial.

b. Bagi *Job-hopper* generasi milenial

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan mengenai pentingnya *meaning of work* yang harus dimiliki karyawan agar tidak mudah berpindah pekerjaan bagi *job-hopper* generasi milenial.

c. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai bagaimana makna karyawan *job-hopper* kepada pekerjaannya sehingga perusahaan dapat membantu memfasilitasi karyawan agar menurunkan tingkat *job-hopping*.