

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Work engagement dibutuhkan oleh perusahaan jika suatu perusahaan ingin berkembang. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Ayu, Maarif, dan Sukmawati (2015), kurangnya *work engagement* dapat membuat karyawan merasa kurang bergairah dalam bekerja. Kondisi tersebut membuat karyawan merasa selalu terbebani saat bekerja dan merasa kurang produktif. Hal ini membuat karyawan berpikir untuk meninggalkan pekerjaan dan mencari pekerjaan baru. Jika banyak karyawan yang meninggalkan perusahaan, hal tersebut dapat merugikan perusahaan. Perusahaan dapat kehilangan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang berharga dalam diri karyawan, serta kehilangan pola koordinasi yang sudah terbentuk sebelumnya (Oprea, Pađuraru, & Iliescu, 2020). Oleh karena itu, rendahnya *work engagement* dapat menyebabkan penurunan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Winasis, 2018).

Perusahaan membutuhkan karyawan yang *engaged* dengan pekerjaannya karena orang tersebut akan bekerja lebih efektif dibanding karyawan yang kurang *engaged*. Karyawan tersebut akan bekerja dengan kinerja 20% lebih baik dibanding rekan kerja lainnya, sehingga hasil kerja yang diberikan juga lebih baik dan dapat memberi dampak yang positif bagi perusahaannya (Robertson-Smith & Markwick dalam Winasis, 2018).

Sebuah penelitian mengenai tingkat *work engagement* karyawan seluruh dunia pernah dilakukan oleh Gallup (2017). Gallup melakukan penelitian kepada karyawan di 155 negara. Karyawan yang diteliti dari masing-masing negara berjumlah 1.000 orang dengan rentang usia 23-65 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *work engagement* karyawan masih sangat rendah. Laporan tersebut menunjukkan bahwa 85% karyawan seluruh dunia merasa tidak *engaged* dengan pekerjaannya dan di Asia Tenggara hanya 19% karyawan yang *engaged* dengan pekerjaannya. Survey yang sama menunjukkan 76% karyawan di Indonesia merasa tidak *engaged* dengan pekerjaannya. Negara Indonesia juga menjadi negara dengan persentase karyawan tidak *engaged* paling tinggi dibanding dengan negara lainnya di Asia Tenggara. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1. 1 Perbandingan Persentase Karyawan tidak *engaged* di Asia Tenggara

No	Negara	Persentase
1	Filipina	55%
2	Myanmar	62%
3	Kamboja	66%
4	Vietnam	68%
5	Singapura	69%
6	Malaysia	70%
7	Thailand	73%
8	Indonesia	76%

Penelitian mengenai tingkat *work engagement* di Indonesia juga pernah dilakukan oleh Shabrina dan Mardiawan pada tahun 2017. Shabrina dan Mardiawan melakukan suatu penelitian dalam perusahaan di Bandung. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat 30% karyawan dengan tingkat *work engagement* tinggi dan 70% karyawan dengan tingkat *work engagement* rendah. Dari data-data di atas dapat

terlihat bahwa *work engagement* di Indonesia masih rendah. Maka dari itu, perusahaan harus menaruh perhatian khusus pada karyawan agar tetap dapat menjaga kualitas perusahaan. *Work engagement* juga harus dijaga agar karyawan terhindar dari fenomena *burnout*, yaitu seorang karyawan yang merasa lelah secara fisik dan emosional karena pekerjaannya. Jika tingkat *work engagement* karyawan tinggi, karyawan tidak hanya merasa senang saat melakukan tugas, tetapi juga mau menghabiskan lebih banyak waktu untuk bekerja (Jung & Yoon, 2016).

Work engagement merupakan keadaan yang menunjukkan seseorang bekerja dengan mengekspresikan diri secara fisik, emosional, kognitif, dan mental selama menjalankan pekerjaan (Kahn dalam Bakker & Schaufeli, 2015). Schaufeli menyatakan terdapat tiga aspek yang membentuk *work engagement*, yaitu *vigor*, *absorption*, dan *dedication* (Gómez-Salgado, Abal, López, Martín, & Rodríguez, 2019). Dari ketiga aspek yang membentuk *work engagement*, ada beberapa hal yang dapat mempengaruhinya yaitu, *meaningfulness*, *safety*, dan *availability* (Kahn dalam Gómez-Salgado dkk., 2019).

Ketiga hal yang dapat mempengaruhi *work engagement* di atas memiliki definisi yang berbeda. Menurut Matuska dan Christianse (dalam de Crom & Ian Rothmann, 2018), *Meaningfulness* merupakan penilaian subjektif seseorang terhadap peristiwa dalam kehidupan pribadi dan pekerjaan. Pemaknaan kerja dikaitkan dengan peristiwa-peristiwa yang berhubungan dengan tujuan dan nilai-nilai, keyakinan seseorang dan identitas pribadi yang mereka buat. *Safety* merupakan keyakinan seseorang yang terlibat dalam suatu pekerjaan tanpa takut konsekuensi

negatif (Kahn dalam Gómez-Salgado dkk., 2019). Sedangkan *availability* merupakan sumber daya fisik orang yang melibatkan diri dalam prestasi kerja (Kahn dalam Gómez-Salgado dkk., 2019).

Tingkat *work engagement* dapat berbeda pada tiap generasi dan generasi milenial memiliki tingkat *work engagement* yang paling rendah (Hoole & Bonnema, 2015). Generasi milenial memiliki suatu karakter unik yang membuat generasi ini berbeda dengan generasi-generasi lainnya di tempat kerja, yaitu kurang memiliki *work engagement* yang baik dengan tempat kerja (Gallup dalam Perspectives, 2019). Keadaan ini didukung dengan survei yang dilakukan oleh One CareerBuilder pada generasi milenial (dalam Landrum, 2017). Pada survei tersebut dinyatakan bahwa 45% dari lulusan perguruan tinggi yang baru direkrut oleh sebuah perusahaan hanya ingin bertahan di perusahaan tersebut dalam kurun waktu dua tahun. Selain itu, berdasarkan Indonesia Millennials Report 2019, 35,1% milenial Indonesia mengaku akan bekerja di tempat yang sama dalam waktu dua sampai tiga tahun dan hanya 13,1% milenial yang menjadikan sepuluh tahun sebagai waktu ideal untuk bekerja di tempat yang sama (dalam Foila, 2019). Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki *engagement* yang kurang baik pada pekerjaannya.

Generasi milenial merupakan generasi yang paling mendominasi dalam dunia kerja pada saat ini. Pernyataan tersebut didukung oleh data dari BPS tahun 2017 (dalam Archianti, 2017) yang menyatakan bahwa 53% angkatan kerja aktif di Indonesia merupakan penduduk yang berusia 17-39 tahun. Rentang usia tersebut sesuai dengan yang dicetuskan oleh

Badan Pusat Statistik (2021). Teori tersebut menyatakan bahwa generasi Y atau yang biasa akrab dengan panggilan generasi milenial merupakan orang yang lahir pada tahun 1981-1996. Pada tahun 2020, orang dengan tahun kelahiran 1981-1996 berada pada rentang usia 24-39 tahun. Salah satu contoh tempat kerja yang didominasi oleh para milenial adalah PT. Astra Internasional, Tbk. Dari hasil laporan dari Indonesian Millennial Report 2019, pegawai milenial dalam PT. Astra Internasional, Tbk berjumlah 70% dari 250 ribu karyawannya (dalam Perspectives, 2019).

Meskipun tingkat *work engagement* generasi milenial rendah, mereka memiliki motivasi yang kuat dalam bekerja. Bagi mereka, hal yang terpenting dalam bekerja adalah membuat dampak dan memiliki makna (*meaningful*) (Walters, 2017). Dari laporan yang dirilis Gallup, generasi milenial menyukai pekerjaan yang memiliki makna bagi kehidupannya (dalam Perspectives, 2019). Oleh sebab itu, generasi milenial yang berhasil memaknai pekerjaannya dapat memiliki *work engagement* yang baik dengan perusahaannya. Seseorang yang berhasil memaknai pekerjaannya juga cenderung lebih merasa berharga, berguna, dan mau melibatkan diri sepenuhnya dalam bekerja (Kahn dalam Ugwu & Onyishi, 2017).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hoole dan Bonnema (2015), generasi milenial masih memiliki tingkat *meaningfulness* dan *engagement* yang rendah. Hoole dan Bonnema menemukan bahwa diantara dua generasi lainnya (Boomers dan generasi X), generasi Y memiliki tingkat *meaningfulness* dan *engagement* paling rendah. Oleh sebab itu, hal tersebut dapat menjadi perhatian khusus bagi perusahaan.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan seorang *Human Resource* pada sebuah perusahaan di Jakarta. Narasumber menceritakan bahwa perusahaan tersebut baru saja melakukan penelitian tentang *work engagement* pada karyawan generasi milenial. Hasil dari penelitian tersebut ditemukan bahwa memang tingkat *work engagement* pada generasi milenial masih rendah. Banyak faktor yang mempengaruhi *work engagement* pada karyawan di perusahaan tersebut, tetapi salah satunya adalah *meaningfulness*. Dampaknya, saat karyawan tersebut tidak *engaged* adalah hasil kerja yang diberikan tidak maksimal dan dapat merugikan perusahaan.

Peningkatan pemaknaan kerja (*meaningfulness*) sangatlah penting bagi generasi milenial saat ini. *Meaningfulness* dapat juga diartikan sebagai signifikansi pengalaman seseorang yang melekat pada suatu objek, peristiwa, ataupun situasi yang terkait dengan keterlibatan kerja (Ugwu & Onyishi, 2017). Pengalaman yang dialami setiap karyawan juga dapat berbeda-beda. *Meaningfulness* terdiri dari tiga aspek, yaitu *positive meaning*, *meaning making*, dan *greater good motivations* (Steger, dkk dalam de Crom & Ian Rothmann, 2018).

Ketiga aspek tersebut memiliki definisi masing-masing. *Positive meaning* yaitu pengalaman subjektif bahwa pekerjaan seseorang penting dan bermakna. *Meaning making* dapat membuat seseorang menyadari bahwa bekerja merupakan makna utama dalam kehidupan. Dalam hal ini, pekerjaan yang bermakna dapat membantu mereka memahami diri sendiri dan dunia di sekitar mereka. Selanjutnya, *greater good motivations*

merupakan keinginan untuk membuat perubahan positif dalam hidup bagi orang lain.

Penelitian mengenai *meaningfulness* dan *work engagement* sudah pernah diteliti sebelumnya. Namun, penelitian mengenai *meaningfulness* dan *work engagement* pada generasi milenial masih belum pernah dilakukan di Indonesia. Salah satu penelitian sudah dilakukan oleh Vermooten, Boonzaier, dan Kidd pada tahun 2019. Pada penelitian tersebut, Vermooten dkk. meneliti *meaningfulness* dan *work engagement* pada 800 karyawan dari kantor regional industri jasa keuangan di Afrika Selatan. Dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa *meaningfulness* merupakan salah satu prediktor dari *work engagement*. Maka dari itu, penting bagi karyawan untuk meningkatkan *meaningfulness* untuk meningkatkan *work engagement*. Selain itu, penelitian mengenai *meaningfulness* dan *work engagement* juga pernah dilakukan oleh Oprea dkk. (2020). Penelitian tersebut dilakukan pada 235 karyawan di Rumania dan menyimpulkan sebuah hasil, yaitu saat karyawan mengalami *meaningfulness*, maka karyawan akan lebih *engaged* dengan pekerjaannya.

Seperti penjelasan di atas, sesuai studi literatur dan hasil wawancara yang sudah dilakukan, *work engagement* pada karyawan di Indonesia masih tergolong rendah, terutama pada generasi milenial. Rendahnya *work engagement* ini dapat mengakibatkan karyawan menjadi kurang produktif, bahkan karyawan bisa saja meninggalkan perusahaan. Hal tersebut dapat merugikan perusahaan. Padahal, generasi milenial merupakan generasi yang berperan besar dalam perusahaan saat ini.

Generasi milenial dapat *engaged* dengan pekerjaannya saat mengetahui makna dari pekerjaannya. Sementara itu, makna kerja yang didapatkan membuat setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda-beda. Dari penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk menemukan apakah ada keterkaitan antara *meaningfulness* dan *work engagement* pada generasi milenial?

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara *meaningfulness* dan *work engagement* pada generasi milenial.

1.3. Manfaat Penelitian

1.3.1. Manfaat Teoritis

Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu psikologi, khususnya ilmu psikologi industri dan organisasi.

1.3.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dengan memberikan informasi tentang pentingnya makna kerja, sehingga karyawan dapat semakin *engaged* dengan pekerjaan dan perusahaan, khususnya generasi milenial.