

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada abad ke 21 ini, arus globalisasi membuat semua hal yang terjadi di belahan dunia manapun dapat di bagikan dengan mudah. Kemudahan proses bertukar informasi ini di dukung oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus bergerak maju. Generasi yang hidup di abad ini tentu saja tidak pernah terlepas dari teknologi dalam kehidupannya. Hampir semua aktivitas yang dilakukan oleh generasi saat ini menggunakan bantuan digital. Hidup berdampingan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat generasi yang di sebut *millennial* ini mempunyai pola pikir dan pandangan yang berbeda tentang kehidupan.

Menurut Kementrian Komunikasi dan Informatika RI *Millennial generation* atau akrab disebut *generation me* atau *echo boomers*. Secara harfiah memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini. Namun, para pakar menggolongkannya berdasarkan tahun awal dan akhir. Penggolongan generasi terbentuk bagi mereka yang lahir pada 1980 - 1990, atau pada awal 2000, dan seterusnya.

(sumber: https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media, di akses pada 24 Juni 2019 10:43 WIB).

Generasi *millennial* merupakan terminologi generasi yang saat ini banyak di perbincangkan di dunia, termasuk Indonesia. Karakteristik dari generasi *millennial* tentu saja berbeda sesuai dengan keadaan sosial-ekonomi nya, namun pada umum nya *millennials* ditandai dengan kedekatan dengan komunikasi, teknologi digital dan *entertainment*. Seperti yang di ungkapkan narasumber Ulfa, mahasiswa jurusan Manajemen FE UII 2018 yang lebih mencita-citakan pekerja nya nanti di bidang teknologi karena ingin terkoneksi dengan orang di berbagai Negara dan teknoogi dianggap lebih praktis.

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan pada beberapa orang generasi *millennials* di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, bahwa isu terpenting yang dihadapi para *millennials* ini sering berkaitan dengan pendidikan dan pekerjaan. Menurut Fajar jurusan Manajemen FE UII 2018, dalam mempersiapkan masa depan ia percaya bahwa pendidikan adalah hal yang utama. tetapi tidak hanya itu *soft skill* atau kemampuan diluar akademis juga merupakan hal yang penting. Dzikri menceritakan bahwa ia berupaya menyeimbangkan antara *hard skill* dan *soft skill*, *hard skill* sering dibuktikan dengan indeks prestasi kumulatif (IPK) yang baik dan *soft skill* di latih dengan mengikuti berbagai kegiatan organisasi dan kepanitiaan. Perubahan generasi, khusus nya dalam lingkungan kerja menjadi suatu subjek yang selalu muncul dalam perkembangan manajemen sumber daya manusia. Tipikal manusia yang mempunyai pemikiran positif dan terbuka, mampu membangun koneksi dan optimis membawa generasi *millennial* mempunyai pandangan yang berbeda tentang pekerjaan, jika di bandingkan dengan generasi sebelumnya.

Generasi *millennial* dalam memaknai pekerjaan juga memiliki pandangan tersendiri, jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya, narasumber Rayhan mahasiswa Manajemen FE UII 2017 mengatakan bahwa *millennials* mempunyai semangat yang fluktuatif dan tidak cocok jika berada dalam pekerjaan yang monoton. *Millennials* lebih menyukai pekerjaan yang penuh tantangan baru setiap harinya.

Dikutip dari *website* majalah SWA, Shopee yang merupakan *platform* bisnis teknologi terbesar se-Asia Tenggara pada tahun 2015 mempunyai 1600 karyawan, yang mana 90% karyawan dan 60% *top manager* merupakan generasi *millennial*, yang sangat mendukung untuk bisnis *e-commerce*. Generasi *millennial* tumbuh di tengah pertumbuhan teknologi, konektivitas dan informasi, membantu Shopee untuk beradaptasi dan tumbuh cepat menghadapi persaingan ketat. Namun disamping sisi positif tersebut, banyak sisi negatif yang akan menjadi penghambat para *millennials* untuk maju. <https://swa.co.id/swa/trends/generasi-milenial/-penggerak-bisnis-shopee-indonesia> (yang di akses pada 13 Mei 2019 11.40 WIB)

Sebagian besar mahasiswa Fakultas Ekonomi UII yang kami amati dalam kehidupannya tidak pernah terlepas dari bantuan teknologi, seperti penggunaan sosial media sebagai hiburan, uang elektronik sebagai alat transaksi, aplikasi online untuk memesan makanan, transportasi, pengiriman barang hingga belanja berbagai kebutuhan hidup. Hal ini cenderung membuat generasi *millennials* malas dan individualis. Kemajuan teknologi membuat mereka lebih jarang untuk bersosialisasi dengan orang lain, karena semua bisa dilakukan di rumah dengan bantuan *smartphone*.

Jumlah angkatan kerja menurut Badan Pusat Statistik Nasional sejak Agustus 2017 sampai Agustus 2018 mengalami peningkatan sebanyak 2,95 juta orang, yaitu 131,01 juta orang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak nya generasi *millennials* yang memasuki dunia kerja. Menurut Campione (2016) generasi *millennial* banyak yang meninggalkan pekerjaan mereka sebelum memasuki tiga tahun masa bekerja, hal ini disebabkan oleh mereka salah dalam menemukan makna bekerja dan merasa tidak nyaman dengan pekerjaan nya. Banyak fakta yang ditemukan di lapangan bahwa sifat generasi *millennials* dalam dunia kerja sangat berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Jika pada generasi sebelumnya bekerja untuk mendapatkan kesejahteraan dan kemandirian dalam hidup dari sisi finansial, tentu saja berbeda dengan generasi *millennials*. Materi bukan hanya satu – satu nya alasan mengapa *millennials* memilih suatu pekerjaan, mereka juga memilih pekerjaan karena kecintaan dan *passion* dalam pekerjaan tersebut.

Kebutuhan generasi *millennials* saat ini bukan hanya materi semata, tapi lebih kepada penghargaan diri atau *self-esteem*. Sebagai contoh yang di kutip dari *website* majalah SWA, perusahaan Tokopedia yang merupakan *marketplace* terbesar di Indonesia menyatakan bahwa generasi *millennials* sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan karena mempunyai semangat yang tinggi, budaya yang baik, rasa bangga dan memiliki perusahaan yang tinggi. Dari 1800 orang karyawan Tokopedia, 80% diantaranya adalah generasi *millennials*. Menurut Anoraga (2006) bekerja tidak hanya sekedar mengejar kekayaan munuruti hawa nafsu, akan tetapi juga harus dilandasi idealisme. Antara bekerja dan idealisme

tentu tidak dapat dipisahkan. Keduanya saling memberikan semangat dan nafas untuk menciptakan suasana lebih positif.

(Sumber:<https://swa.co.id/swa/trends/management/menyelami-pengembangan-sdm-di-tokopedia> yang di akses pada 13 Mei 2019 11.40 WIB)

Berdasarkan latar belakang pemikiran tentang generasi *millennials* ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian manajemen sumber daya manusia tentang makna bekerja bagi *millennials*. Penelitian ini dilakukan pada generasi *millennial* yang masih menempuh pendidikan dan sedang mempersiapkan karir mereka di masa yang akan datang. Kondisi sosial yang berbeda dengan generasi sebelumnya membuat generasi yang lahir di tahun 2000-an mempunyai pandangan dan pemikiran tersendiri akan makna bekerja dan memilih karir di masa depan. Narasumber dari penelitian ini adalah beberapa orang mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang lahir di tahun 2000an yang merupakan generasi *millennial*. Peneliti memilih narasumber yang mempunyai catatan prestasi akademik yang baik dan sedang mempersiapkan diri menuju karir yang cemerlang. Penelitian ini berjudul “Apa yang Diinginkan *Millennials* di Masa Depan? (Studi Kasus Makna Kerja bagi Generasi *Millennial* di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)”. Melatih dan mengembangkan *hard skill* dan *soft skill* menjadi bekal utama bagi beberapa Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII dalam mempersiapkan karir di masa depan, dalam menentukan karir mereka mempunyai makna kerja yang berbeda-beda, seperti *passion*, kebutuhan akan aktualisasi diri, lingkungan dan lainnya.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian bertujuan agar mengetahui batasan dari penelitian yang akan dilakukan. Penelitian dilakukan pada generasi *millennial* yang lahir pada tahun 2000-an, mereka merupakan mahasiswa yang sedang mempersiapkan karir menuju masa depan. Penelitian ini akan berfokus pada dua pertanyaan kunci yaitu makna bekerja bagi *millennials* dan apa yang sedang mereka persiapkan untuk menghadapi dunia kerja di masa depan. Narasumber penelitian merupakan mahasiswa di Universitas Islam Indonesia yang mempunyai catatan akademik yang baik dan dianggap lebih unggul daripada rekan kuliah mereka.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana makna bekerja bagi generasi *millennials*?
2. Bagaimana proses generasi *millennials* menentukan pekerjaan di masa depan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab dua buah pertanyaan kunci yaitu, bagaimana makna kerja bagi generasi *millennial*?

Dan bagaimana proses generasi *millennial* dalam menentukan pekerjaan di masa depan?

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini akan membahas salah satu topik manajemen sumber daya manusia yaitu, makna kerja yang ada pada generasi *millennial*. Yang akan di fokuskan tentang harapan dan ekspektasi narasumber mengenai makna bekerja dan pilihan karir di masa depan yang mereka inginkan. Dalam

penelitian ini dipilih beberapa narasumber yang berasal dari kelas internasional program di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dan merupakan generasi *millennials* yang lahir pada tahun 2000-an.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk pengembangan pembelajaran lebih lanjut tentang makna kerja (*meaning of work*) bagi *millennials* dan juga dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dalam bidang pendidikan di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi untuk narasumber mengenai makna kerja (*meaning of work*) dan juga bagi masyarakat umum khususnya generasi *millennial*, diharapkan dapat menjadi motivasi dan semangat dalam membangun karir untuk masa depan.