

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era digital saat ini yang ditandai dengan berkembang dan meningkatnya penggunaan peralatan digital dan internet serta sumber informasi umum yang bisa didapatkan oleh siapapun dan kapanpun bahkan dimana saja. Teknologi informasi tidak hanya mengubah bagaimana cara kita mendapatkan informasi, tetapi untuk lebih jauhnya, internet yang telah mengubah bagaimana cara kehidupan kita dalam berbagai macam hal, salah satunya adalah ekonomi. Dalam hal ekonomi, mayoritas industri di masa mendatang akan didominasi oleh sektor yang berbasis pada perangkat dan jasa digital. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa industri digital adalah industri yang memanfaatkan peralatan digital atau bisa kita sebut sebagai industri yang telah digitalisasi yang sebagian besar menggunakan kecanggihan teknologi digital (Muhammad,2019).

Berdasarkan data dari Masoem University (2020) pertumbuhan industri digital di Indonesia diprediksikan akan menjadi industri yang paling banyak Indonesia di masa yang akan datang. Industri digital adalah sebuah usaha yang memanfaatkan alat digital untuk produk atau jasanya. Industri tipe ini secara umum adalah hasil dari produk teknologi informasi yang dapat menjadi solusi atas masalah pada kehidupan harian masyarakat. Contoh perusahaan digital di Indonesia seperti Gojek, Grab, Tokopedia, Shopee dan lainnya. Salah satu hal yang telah diutamakan oleh pemerintah Indonesia sekarang adalah industri kreatif yang berbasis digital. Dalam menyesuaikan perkembangan industri secara *global* yang seluruhnya hampir berbasis teknologi yang sudah canggih banyak perusahaan sudah banyak yang beralih ke perusahaan yang berbasis teknologi. Beberapa tipe industri kreatif yang menggunakan teknologi digital adalah games, sektor perindustrian musik dan layanan jasa *online*.

Industri digital di Indonesia telah meningkat secara signifikan, hal tersebut dinyatakan oleh artikel dari Ekbis.sindonews.com yang menyatakan pertumbuhan sektor usaha digital di Indonesia akan bertumbuh secara signifikan dan telah mencapai 40% per tahun yang telah diprediksi sampai 2025 pertumbuhannya akan berpeluang hingga USD 130 miliar atau mungkin akan selaras dengan Rp1.820 triliun (kurs Rp14.000). Selain itu, tercatat nilai ekonomi digital di Indonesia telah mencapai USD 40 miliar atau sesuai dengan Rp560 triliun pada tahun 2019. Hal tersebut tentunya merupakan kesuksesan terbesar bagi Indonesia pada sektor industri digital, yang di dalamnya terdapat kontribusi dari industri digital berbasis *e-commerce* (Fahmi,2019).

Selain itu menurut artikel Indonesiabaik.id, jumlah industri digital di Indonesia telah mencapai jumlah total 992 *startup*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *startup* terbanyak berada di wilayah Jabodetabek berjumlah total 522, Jawa Tengah berjumlah total 30, Yogyakarta memiliki 54, Jawa Barat berjumlah 44, Jawa Timur hingga 113, Bali dan NTB dengan jumlah usaha yang sama. misalnya 32 *startup*, Kalimantan hingga 24 *startup*, Sulawesi hingga 34 *startup*, dan *unknown residence* hingga 24 *startup*. Sektor industri digital didominasi oleh bidang lain dengan 532 *startup* sebesar 53,63%. Berikutnya adalah sektor *e-commerce* dengan 352 *startup* dengan persentase sebesar 35,38%. Ketiga, lapangan bermain adalah 55 mulai 5,54%. Terakhir, sektor *fintech* 5,34% dengan 53 *startup*. Meskipun ekonomi digital Indonesia adalah salah satu yang terbesar di Asia Tenggara, senilai US\$44 miliar pada tahun 2020, tidak semua wilayah Indonesia tampaknya memiliki daya saing digital yang sama (Gemawan, 2020).

Selain hal diatas, menurut artikel Banten.tribunnews.com pandemi Covid-19 juga membuat dunia untuk bertransformasi secara digital dalam waktu singkat. Kondisi merupakan penyebab perubahan signifikan pada sebagian besar kehidupan masyarakat. Data juga memperlihatkan jumlah pengguna aktif internet di Indonesia yang telah berjumlah 202,6 juta atau 73,7 persen dari total penduduk 274,9 juta.

Sementara itu, *East Ventures* dalam artikel Bantentribunnews.com menemukan bahwa peningkatan penggunaan produk digital pada saat pandemi Covid-19. Sedangkan periode antara tahun 2009 dan 2019, jumlah pengguna aktif internet meningkat dari 30 juta hingga 167 juta. Selain itu, pada sekitar bulan Mei dan Desember 2020, pertumbuhan telah meningkat menjadi 25 juta pengguna aktif. Hasil data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet baru yang biasanya dicapai dalam 3 tahun, bisa meningkat hanya dalam 1 tahun di masa pandemi. Bukan hanya aktivitas kerja dan sekolah yang perlu dilakukan secara *online*, pandemi juga dapat memacu transformasi ekonomi (Glery,2021). Berdasarkan data dari Katadata.co.id, kontribusi ekonomi digital terhadap perekonomian Indonesia seluruhnya telah mencapai USD 44 miliar atau berjumlah Rp 619 triliun. Jumlah tersebut diperkirakan dapat meningkat menjadi \$124 miliar di tahun 2025 (Agatha, 2022).

Selain itu menurut data dari Qureta.com, menyatakan dalam 6 tahun terakhir, industri ekonomi digital di Indonesia telah meningkat dari 9,98 hingga 10,7 persen per tahunnya yakni sekitar dua hingga tiga kali lipat dari perkembangan Indonesia sebelumnya. Selain itu, mulai pada tahun 2019 industri digital di Indonesia diprediksi akan bertumbuh di atas 11 persen per tahunnya karena seluruh wilayah Indonesia akan terhubung oleh jaringan internet. Hal tersebut telah didukung oleh jumlah seluruh pengguna internet dan media sosial yang relatif besar di Indonesia, dimana sebagian besar didominasi oleh generasi milenial. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai pasar potensial dalam industri berbasis teknologi digital. Selain itu, jenis perusahaan yang telah diprediksi dan memungkinkan untuk menyumbang lowongan pekerjaan terbanyak di sektor industri digital ini, antara lain *e-commerce*, teknologi keuangan (*fintech*), logistik, dan perusahaan *big data*. Bahkan, berdasarkan riset oleh Michael Page (2016), perkembangan industri digital saat ini di Indonesia telah menjadi pemicu meningkatnya jumlah lowongan pekerjaan di sektor digital hingga 60 persen. Pada tahun 2019, tercatat industri

digital telah memberi kontribusi sebesar 10% terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Muhammad, 2019). Pertumbuhan teknologi digital serta transformasi digital di Indonesia telah meningkat setiap harinya, hampir setiap hal kehidupan maupun perusahaan sudah bersandar pada teknologi sehingga saat ini pengadopsian teknologi sudah menjadi hal lumrah untuk perusahaan agar menjalankan bisnisnya. Beragam jenis bisnis yang sedang berjalan sekarang sudah seharusnya mengarah kepada teknologi digital. Hal tersebut telah didukung oleh pemerintah Indonesia karena telah diketahui bahwa pemerintah sudah menyusun arah transformasi digital tahun 2024 dimana peningkatan ekonomi digital harus sudah mencapai 3,17% sampai 4,66% (Rizky, 2022).

Selain itu, menurut data dari Badan Pusat Statistik (2020), Indonesia juga merupakan salah satu negara berkembang yang terletak di Asia yang memiliki total populasi pada tahun 2020 mencapai 270,203,917 juta jiwa dan menurut data dari News.detik.com tercatat populasi Indonesia telah mencapai 273.879.750 jiwa pada akhir tahun 2021, sebanyak 138.303.472 jiwa adalah laki-laki yaitu sebesar 50.5% dan 135.576.278 jiwa lainnya adalah perempuan sebesar 49.5% yang tercatat didominasi oleh generasi Z dan Milenial (Yulida, 2022). Jumlah penduduk generasi Z yang lahir di rentang tahun 1997-2012 mencapai 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total populasi dan penduduk generasi Milenial yang lahir antara tahun 1981-1996 mencapai 69,38 juta jiwa atau 25,87% dari total populasi sedangkan penduduk generasi X yang lahir di rentang tahun 1965-1980 mencapai 58,65 juta jiwa atau 21,88% dari total populasi. Penduduk generasi *Baby Boomer* yang lahir antara tahun 1946-1980 mencapai 31,01 juta jiwa atau 11,56% dari total populasi (Dimas, 2021).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

INDONESIA DIDOMINASI GEN Z DAN MILENIAL



Sensus Penduduk 2020 mencatat total populasi Indonesia mencapai 270,2 juta jiwa, naik 32,6 juta jiwa dibandingkan 2010.

SUMBER: BADAN PUSAT STATISTIK (BPS)
NASKAH: DIMAS JAROT BAYU
DESAIN: PRETTY | GAMBAR: FREEPIK

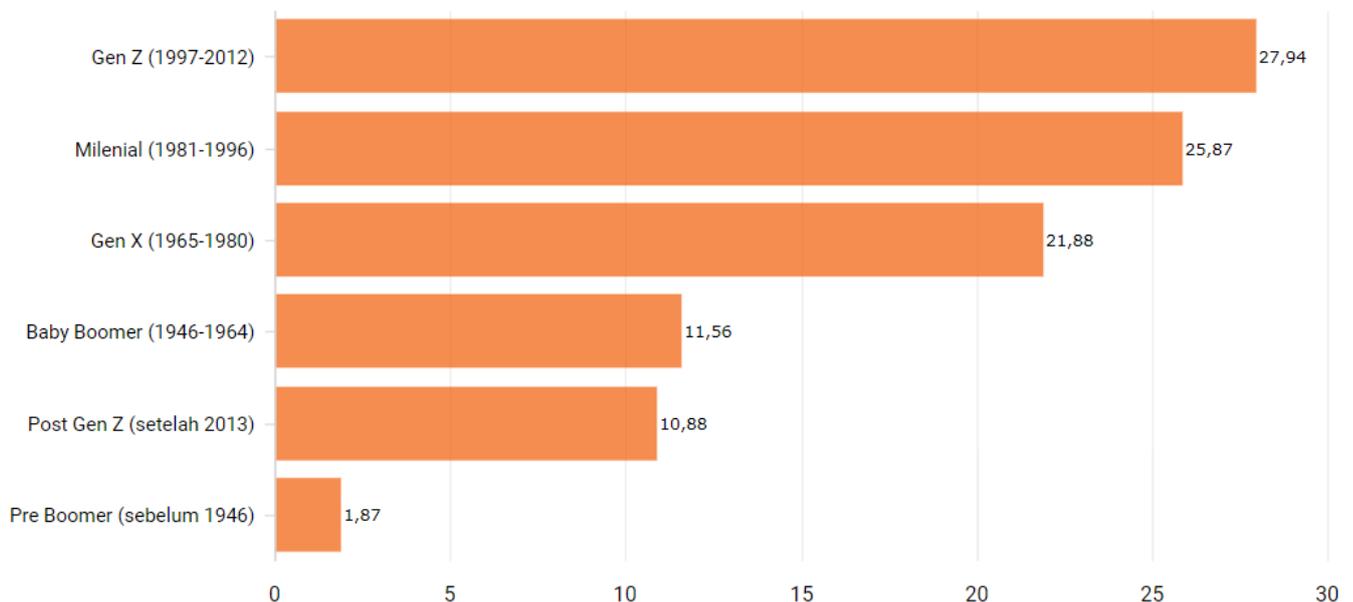


Gambar 1. 1 Indonesia Didominasi Gen Z dan Milenial

Sumber: Katadata.co.id (2021)

Berdasarkan gambar 1.1 menyatakan hasil sensus penduduk 2020 menunjukkan bahwa penduduk di Indonesia didominasi oleh Gen Z yang jika di total maka terdapat 74,93 juta atau memiliki persentase sebesar 27,94% dari jumlah keseluruhan penduduk Indonesia. Dalam hal tersebut juga dijelaskan bahwa Gen Z adalah penduduk yang saat ini diperkirakan telah mencapai usia 8 hingga 23 tahun. Walaupun Gen Z tidak semuanya merupakan usia produktif, akan tetapi sekitar 7 tahun lagi semua penduduk Gen Z akan masuk usia produktif. Selain itu, jumlah penduduk berdasarkan generasi yang terbesar selanjutnya yang berada pada usia

produktif, yakni generasi Milenial yang berjumlah sebanyak 69.38 juta atau dengan persentase 25,87% dan Generasi X 58,65 juta atau dengan persentase sebesar 21,88%. Sementara penduduk dengan jumlah yang paling sedikit adalah *Pre-Boomer* sebanyak 5,03 juta atau 1,87% (Dwi, 2021).



Gambar 1. 2 Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi tahun 2020

Sumber: Databoks.katadata.co.id (2020)

Berdasarkan dari gambar 1.2 diatas, saat ini Indonesia didominasi oleh *Gen Z* yang merupakan kelahiran tahun 1997-2000 yang kemudian dilanjutkan oleh generasi Milenial yang merupakan kelahiran tahun 1981-1996 tetapi menurut Wong (2017) dalam Rahmawati (2019) mengatakan generasi Milenial adalah orang yang kelahirannya berawal dari tahun 1980 sampai dengan tahun 2000 dan disebut sebagai generasi Y yang selanjutnya terdapat *Gen X* yang merupakan kelahiran tahun 1965-1980 lalu terdapat juga *Baby Boomer* yang merupakan kelahiran tahun 1946-1964 sebelum itu juga terdapat *Post Gen Z* yang merupakan kelahiran setelah

tahun 2013. Selanjutnya yang terakhir dan memiliki populasi paling sedikit yaitu kelahiran sebelum tahun 1946 (Dwi, 2021).



Gambar 1. 3 Tingkat Kesetiaan Karyawan Antar Generasi

Sumber: Ccg.co.id (2019)

Berdasarkan data 1.3 diatas yang menunjukkan bahwa mayoritas pekerja generasi Y atau Milenial cenderung bertahan di suatu perusahaan selama 2 tahun, dan generasi Z cenderung bertahan selama 1 tahun tetapi lain halnya dengan generasi X yang mayoritas meninggalkan perusahaan setelah 5 tahun bekerja di perusahaan tersebut. Selain itu, berdasarkan artikel dari inews.id, Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA) menyatakan tingkat perputaran (*turnover rate*) karyawan di industri digital sangat tinggi. Jika dipersentasekan *turnover* pada sektor

tersebut telah mencapai 19,22 persen per tahunnya. Hal tersebut juga didukung oleh data dari Katadata.co.id yang mengatakan pada tahun 2019 tercatat pegawai yang keluar masuk (*turnover*) di perusahaan digital mencapai 31% dalam dua tahun. Berdasarkan masalah tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat *turnover* di industri digital sangat tinggi hal tersebut dikarenakan menurut Gallup dalam artikel Kantorkita.co.id (2022), mengatakan bahwa nilai *turnover* yang ideal untuk perusahaan tidak lebih dari 10%.

Sehingga, untuk menanggulangi masalah ini peneliti menggunakan model dari Atif et al. (2015), yang mana model ini menyatakan untuk mengetahui *Turnover Intention* karyawan yang dipengaruhi oleh *Job Stress*, *Work Overload* dan *Work Environment*. Selanjutnya, survei yang dilakukan Hrnote.asia (2022) menyatakan bahwa 42% generasi Milenial, yang telah bekerja di 2 hingga 4 perusahaan yang berbeda, mengatakan bahwa pekerjaan mereka menimbulkan stres yang sangat besar, dan 36% merasa pekerjaan mereka berdampak negatif pada kesehatan mereka. Sedangkan dari survei yang dilakukan oleh Hayes.com dalam artikel Hrnote.asia (2022) juga ditemukan bahwa 43 % karyawan dari total 2000 responden akan meninggalkan perusahaan yang memiliki budaya hierarkis dan kaku serta tidak mendukung kreativitas maupun fleksibilitas karyawan dalam bekerja.

Menurut Kavanagh (2005), *Job Stress* yang lebih besar akan meningkatkan *Turnover Intention* kepada karyawan. Sedangkan menurut Milman (2002), *Work Environment* yang buruk menjadi faktor terjadinya *Turnover Intention* yang tinggi kepada karyawan. Selain itu, Bothma dan Roodt dalam Riska (2020) menyatakan bahwa *Work Overload* memiliki hubungan yang sangat kuat dan searah dengan *Turnover Intention* yang berarti bahwa jika beban kerja semakin tinggi maka *Turnover Intention* karyawan juga akan meningkat dan sebaliknya, jika beban kerja semakin rendah maka keinginan karyawan untuk berpindah juga akan berkurang. Menurut Deloitte Indonesia rata-rata angka *turnover* industri adalah di atas 10% angka tersebut bahkan juga terjadi di industri digital *startup* yang diyakini

merupakan perusahaan yang lingkungan kerjanya banyak dicari oleh para Milenial. Sedangkan menurut data dari Indonesia *Millenial Report* (2019) menyatakan 15% Milenial meninggalkan perusahaan disebabkan oleh lingkungan kerja dan 12.1% meninggalkan perusahaannya yang disebabkan oleh durasi kerja. Selain itu, berdasarkan data dari Kumparan.com, menunjukkan bahwa 27 persen Milenial mengaku stres dan merasa mendapatkan beban pekerjaan yang tinggi pada pekerjaannya (Iqbal, 2018).

Identitas	Narasumber		
	1	2	3
Nama (Inisial)	N	A	D
Umur	27	27	26
Status Pegawai	Tetap	Tetap	Tetap
Bidang Pekerjaan	Marketing	Marketing	Marketing
Pengalaman pindah kerja	2 kali	1 kali	Belum Pernah
Lama bekerja	5 tahun	5 tahun	4 tahun
Pernah berpikir untuk meninggalkan pekerjaan	Pernah	Pernah	Tidak Pernah

Tabel 1. 1 Hasil *In-depth Interview*

Berdasarkan tabel 1.1 yang merupakan hasil *In-Depth Interview* terhadap karyawan generasi milenial di industri digital yang dilakukan penulis dengan variabel *Job Stress* dalam 2 dari 3 orang merasa kekurangan waktu untuk

menyelesaikan pekerjaan mereka hal tersebut sesuai dengan pernyataan menurut Hasibuan (2012) yang menyatakan salah satu faktor penyebab stres karyawan adalah waktu kerja yang kurang memadai. Sedangkan 2 dari 3 narasumber merasa aspek *Work Overload* dalam pekerjaan memaksa mereka untuk lembur atau bekerja diluar jam kerja bahkan bekerja di hari libur. Lalu 2 dari 3 narasumber belum merasa puas dengan aspek *Work Environment* mereka dikarenakan miskomunikasi, lingkungan kerja yang kurang kondusif dan tata letak ruang kerja yang kurang nyaman. Dan terakhir 2 dari 3 narasumber mengaku pernah dan memiliki keinginan untuk mencari kesempatan kerja di perusahaan lain.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan hasil pembahasan masalah tersebut dan berdasarkan dari data primer maupun sekunder yang telah didapatkan penulis, ditemukan masalah terkait tingginya angka *turnover* dari industri digital. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, peneliti merumuskan tiga pertanyaan penelitian yang memiliki tujuan untuk menyelesaikan rumusan permasalahan diatas:

1. Apakah *Job Stress* berpengaruh positif terhadap *Turnover Intention* pada generasi Milenial di Industri digital?
2. Apakah *Work Overload* berpengaruh positif terhadap *Turnover Intention* pada generasi Milenial di industri digital?
3. Apakah *Work Environment* berpengaruh positif terhadap *Turnover Intention* pada generasi Milenial di industri digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk:

- Melakukan pengujian dan analisa terhadap pengaruh positif antara *Job Stress* terhadap *Turnover Intention* terhadap karyawan generasi Milenial yang bekerja di industri digital
- Melakukan pengujian dan analisa terhadap pengaruh *Work Overload* terhadap *Turnover Intention* terhadap karyawan generasi Milenial yang bekerja di industri digital
- Melakukan pengujian dan analisa terhadap pengaruh negatif antara *Work Environment* terhadap *Turnover Intention* terhadap karyawan generasi Milenial di industri digital

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan hasil yang akan bermanfaat dengan tujuan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan juga pengetahuan baru kepada pembaca mengenai “Pengaruh *Job Stress*, *Work Overload*, dan *Work Environment* terhadap *Turnover Intention*” pada karyawan generasi Milenial di industri digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan tujuan yang dapat memberi gambaran, sudut pandang, solusi, dan juga informasi yang bermanfaat bagi industri digital agar dapat menurunkan angka *turnover* melalui aspek *Job Stress*, *Work Overload*, dan *Work Environment*. Selain itu peneliti berharap hasil penelitian dapat menjadi solusi untuk perusahaan dalam memikirkan cara efektif untuk mencegah *Turnover Intention* karyawan di perusahaan, terutama karyawan generasi Milenial.

1.5 Batasan Penelitian

Penulis melaksanakan penelitiannya kepada karyawan kantoran generasi Milenial di industri digital yang merupakan pekerja tetap. Lebih lanjut variabel

yang diuji dan diteliti adalah *Job Stress, Work Overload, Work Environment* dan *Turnover Intention*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan pada penelitian ini dilakukan dengan mengikuti sistematika penulisan dengan format yang telah diatur dalam buku *Panduan Penulisan Skripsi Prodi Manajemen* tahun 2021, buku panduan ini dibuat khusus untuk program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Multimedia Nusantara. Sistematika penulisan ini terdiri dari 5 bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis memaparkan latar belakang, perumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini, penulis memberi penjelasan mengenai pemahaman konsep penelitian serta berbagai landasan teori dari seluruh variabel pada penelitian ini. Bab ini juga membahas hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, penelitian terdahulu, model penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

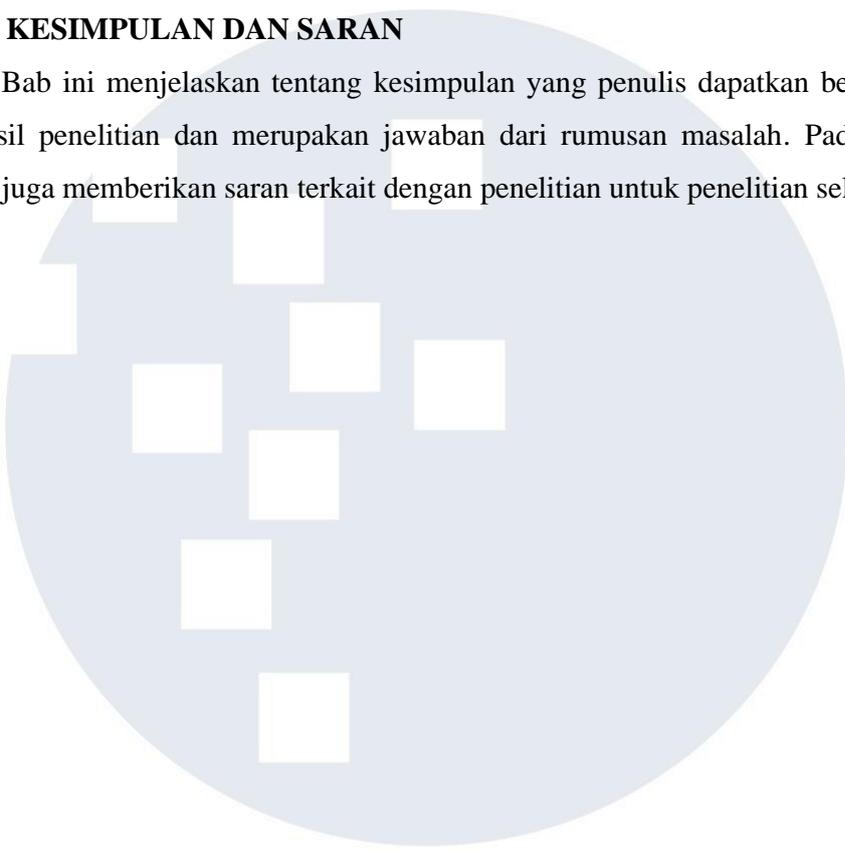
Pada bab ini, peneliti memberi gambaran secara umum mengenai objek penelitian. Gambaran tentang industri digital dan pertumbuhannya. Pada bab ini juga penulis uraikan mengenai variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, teknik pengumpulan data, pemilihan sampel, serta teknik pengolahan data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil dari penelitian berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan serta penjelasan dari hasil analisa kuesioner. Dalam hal ini penulis menguraikan mengenai pengaruh *Job Stress, Work Overload dan Work Environment* terhadap *Turnover Intention* yang selanjutnya dihubungkan dengan teori terkait dari hasil penelitian terdahulu.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang penulis dapatkan berdasarkan dari hasil penelitian dan merupakan jawaban dari rumusan masalah. Pada bab ini penulis juga memberikan saran terkait dengan penelitian untuk penelitian selanjutnya.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA