

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lingkungan tempat kita tinggal bahkan tempat bekerja memiliki perbedaan generasi yang sangat beragam. Konsep generasi ini selalu berkembang seiring dengan perubahan zaman. Menurut Manheim (1952), generasi merupakan suatu konstruksi sosial yang dimana dalamnya terdapat kelompok orang-orang yang memiliki umur dan pengalaman historis yang kurang lebih sama. Sedangkan menurut Kupperschmidt (2000), generasi merupakan sekelompok orang-orang yang memiliki kesamaan umur, tahun lahir, pengalaman atau kejadian-kejadian dalam individu, dan lokasi yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhannya. (Dolot, 2018).

Menurut Cilliers dalam artikel yang ditulis oleh Anna Dolot, menjabarkan beberapa jenis generasi dalam dunia modern saat ini yaitu:

- *The Traditionalist* (1928-1944): generasi ini merupakan generasi diam atau generasi terhebat, yang dimana menghargai sikap otoritas dan dalam pendekatannya adalah top-down manajemen.
- *The Baby Boomer* (1945-1965): generasi ini cenderung memiliki sikap *workaholics*.
- *Generation X* (1965-1979): generasi ini cenderung lebih nyaman dengan otoritas dan memandang keseimbangan dalam kehidupan kerja sebagai hal yang penting.

- *Generation Y* (1980-1995): generasi ini pada umumnya tumbuh dalam hidup yang makmur dan memiliki *concern* akan perkembangan teknologi.
- *Generation Z* (1996 >) : generasi yang hidup dalam dunia digitalisasi.

Menurut Lestari & Rizkalla (2022), generasi Z dapat dikatakan memiliki *self-awareness* dan *self-confident* yang cukup tinggi, dimana mereka dapat mengidentifikasi dirinya sendiri sebagai generasi Z dan mereka merasa bahwa generasi Z merupakan generasi yang terbaik. Hal tersebut didukung dengan kemampuan mereka yaitu “*mastery of technology*”. Generasi Z cepat beradaptasi melalui perkembangan teknologi. Generasi Z lahir pada saat internet dan sosial media merupakan bagian dalam kehidupan sehari-hari.

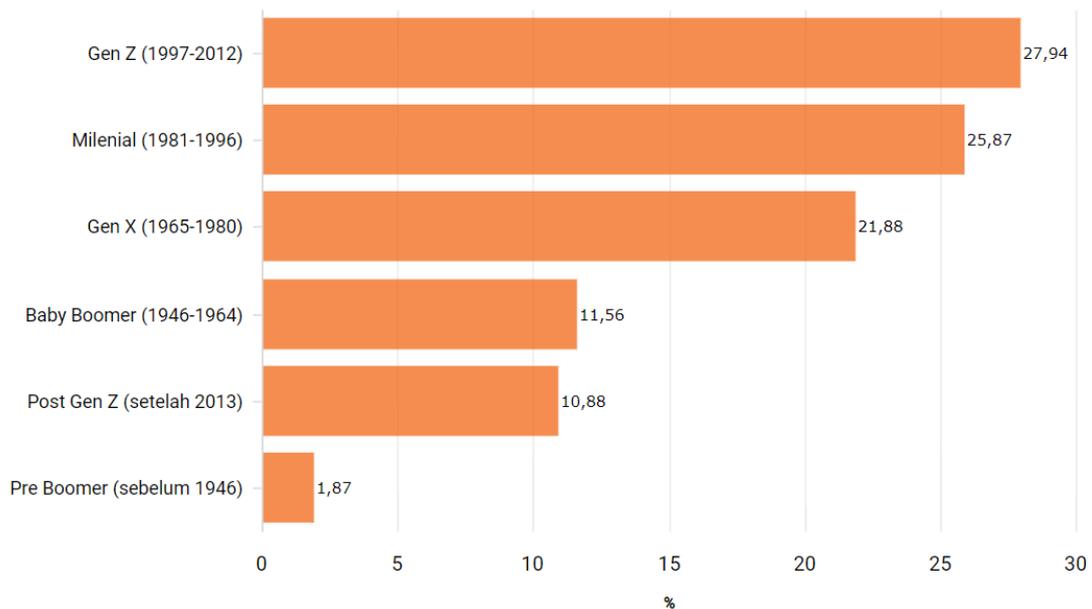
Perbedaan-perbedaan karakteristik antar generasi atau *generation gap* yang paling signifikan merupakan pada penguasaan dan teknologi. Generasi Z memiliki adaptasi yang baik terhadap informasi dan teknologi. Hal tersebut didukung karena generasi Z lahir dan tumbuh dalam kemudahan akses internet, yang mempengaruhi gaya hidup dan pandangan mereka. Sedangkan, generasi Milenial memiliki kecenderungan menyukai akan hal yang bersifat *out of the box*, menyukai tantangan, dan mendapatkan penghargaan. Generasi Milenial memiliki sifat *overconfidence*, berani untuk mengungkapkan pendapatnya. (fourhooks.com, 2015)

Menurut Schenarts (2020), menyatakan bahwa karakteristik yang paling signifikan dalam generasi Z adalah adanya penetrasi teknologi dalam lingkungan atau aspek kehidupan generasi Z. Schenarts, juga menyatakan bahwa generasi Z selalu aktif terhadap *smartphone*-nya. Efek dari konektivitas media sosial ini adalah ketersediaan

langsung sejumlah informasi-informasi baru dan ruang yang dapat memperkuat sudut pandang. Menurut Chesnovicka (2017), menjelaskan bahwa generasi ini akan menghabiskan masa muda dan dewasanya dalam era ekonomi dan perbaharuan sosial. Hal tersebut dapat menimbulkan konsekuensi bahwa generasi Z dapat dengan mudah menemukan sumber dan informasi yang mereka butuhkan serta mereka dapat berbagi informasi dengan cepat. Generasi Z ini juga cenderung memiliki banyak kontak online dan mereka dapat menjalankan kehidupan sehari-harinya melalui kontak online.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Lestari & Rizkalla (2022), kepada 1.321 orang generasi Z ditemukan bahwa mayoritas responden ingin memiliki karir yang baik, religious, dan memiliki rumah yang nyaman di masa depan. Generasi Z tumbuh saat dunia sedang mengalami resesi ekonomi dan kedekatan generasi Z terhadap keluarga inti yang mencakup generasi *Baby Boomer* membuat generasi Z mendambakan kenyamanan finansial di masa depan. Mereka mendengar dan melihat cerita mengenai kerasnya perjuangan masa lalu dalam mendapatkan kehidupan yang layak.

Dapat disimpulkan bahwa generasi Z ini menunjukkan bahwa karakteristik mereka dapat mencapai kesuksesan dalam karir profesional dengan cepat tanpa usaha apapun. Pada dasarnya generasi ini juga tidak hanya mencari pekerjaan dilingkungan sekitarnya, namun diseluruh dunia. Mobilitas dan pengetahuan bahasa merupakan aspek penting yang dimiliki generasi Z. Generasi Z ini tidak memperdulikan stabilitas di tempat kerja mereka, mereka dapat mengubah tempat kerja mereka, memanfaatkan keadaan, dan hidup tidak hanya mengikuti rutinitas. (Dolot, 2018)



Gambar 1.1 Presentase jumlah penduduk di Indonesia berdasarkan generasi

Sumber: databoks.katadata.co.id, 2021

Berdasarkan gambar 1.1, merupakan data sensus yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk Indonesia berdasarkan generasi terbesar ditempati oleh generasi Z dengan persentase 27,94 % dan yang terbesar kedua ditempati oleh generasi Milenial dengan persentase sebesar 25,87 %. Sedangkan, generasi dengan jumlah penduduk paling sedikit adalah generasi Pre Boomer dengan persentase sebesar 1,87 %. (databoks.katadata.co.id, 2021)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

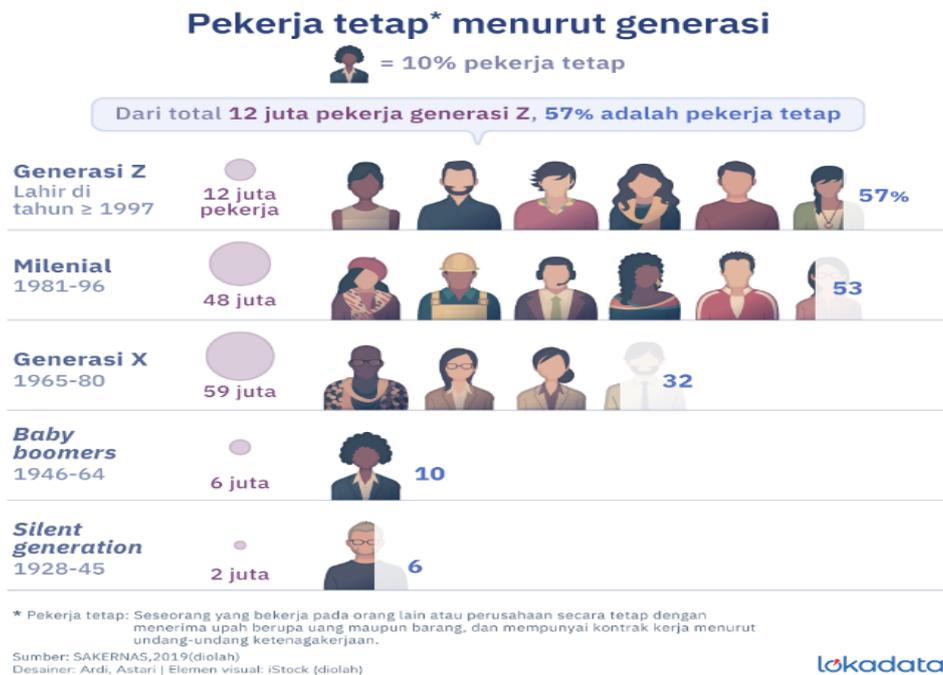


Gambar 1.2 Peta sebaran penduduk generasi Z

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan gambar 1.2, merupakan data BPS (Badan Pusat Statistik), terdapat sekitar 27,94% dengan jumlah 66.662.815 jiwa berasal dari generasi Z. Berdasarkan gambar 1.2, dapat dilihat bahwa mayoritas penduduk generasi Z tersebar paling banyak di daerah Jawa Barat dengan jumlah 11.886.058 jiwa. Lalu posisi kedua ditempati oleh Jawa Timur dengan jumlah 9.252.385 jiwa, serta Jawa Tengah memiliki posisi ketiga dengan jumlah 8.511.476 jiwa. Sedangkan, Kalimantan Utara merupakan daerah dengan penduduk generasi Z terendah dengan jumlah 189.403 jiwa. (DataIndonesia.id, 2021)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Generasi x mendominasi total pekerja di Indonesia Lokadata / Lokadata

Gambar 1.3 Survei pekerja tetap menurut generasi

Sumber: lokadata.id, 2020

Pada gambar 1.3, merupakan survei yang dilakukan oleh SAKERNAS pada tahun 2019 mengenai jumlah pekerja tetap yang telah bekerja disuatu perusahaan dan telah terdaftar dalam kontrak kerja sesuai dengan undang-undang ketenagakerjaan. Survei tersebut menunjukkan bahwa generasi Z menempati urutan ketiga dalam mendominasi pekerja di Indonesia berjumlah 12 juta penduduk dengan total 57% nya merupakan pekerja tetap di perusahaan. Sedangkan, urutan pertama ditempati oleh generasi X berjumlah 59 juta penduduk dengan total 32% nya merupakan pekerja tetap. Jumlah pekerja paling sedikit di Indonesia ditempati oleh *Silent Generation* dengan jumlah 2 juta penduduk dengan total 6% nya merupakan pekerja tetap. (lokadata.id, 2020)

Generasi Z mempunyai tingkat preferensi bekerja lebih tinggi di perusahaan teknologi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan situs pencari kerja yaitu *Glassdoor* dengan mempelajari generasi Z dan pilihan karirnya, dilakukannya analisis lamaran pekerjaan yang diajukan pada situs tersebut. Analisis lamaran pekerjaan tersebut mengambil sampel dari rentang waktu antara 1 Oktober 2018 sampai 11 Januari 2019. Selain itu, dengan memanfaatkan *database* ulasan perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa perusahaan di industri teknologi mendapati peringkat paling atas dan sekitar 19% generasi Z menginginkan untuk bekerja di situs *web* perusahaan sebagai *software engineer*, *software developer*, dan *machine engineer*. Hal tersebut merupakan minat preferensi generasi Z dalam memilih bekerja di perusahaan, mengingat generasi Z lahir dan tumbuh di era internet dan iklim dunia yang lebih dinamis didukung oleh penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. (glassdoor.com, 2019)

Berdasarkan buku yang ditulis oleh Yudha Yudhanto yang berjudul *Information Technology Business Start-up* menjelaskan bahwa, *start-up* merupakan sebagai bisnis model baru dalam membangun usaha dengan ciri memaksimalkan teknologi serta didukung oleh perencanaan matang, idealisme individu, dan *brand image* yang unik. Menurut Yudha Yudhanto (2018), *start-up* memiliki karakteristik tersendiri yaitu sebagai berikut:

- Invoasi dan Ide yang unik: Inovasi yang unik dimiliki *start-up* mampu untuk dapat menjadi *trend setter*.

- Struktur organisasi yang *multitasking*: biasanya karyawan yang bekerja di *start-up* memiliki kemampuan dapat mengerjakan beberapa pekerjaan sekaligus.
- Kondisi ketidakpastian: *start-up* memiliki pendapatan yang dapat disebut fluktuatif, yang artinya pendapatan tersebut tidak tetap bahkan dapat menurun drastis.
- Teknologi: layanan atau produk yang dijual biasanya berbasis teknologi. Serta memanfaatkan media internet untuk menjual dan mempromosikan produknya.
- Mudah beradaptasi: dalam dunia *start-up* terdapat istilah pivot. Perusahaan dapat dengan mudah beradaptasi dengan kondisi pasar, teknologi, dan produk yang kompetitif.

Perkembangan *start-up* di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat. Terbukti bahwa Indonesia menduduki posisi ke-lima di dunia dengan jumlah 2.193 *start-up* pada tahun 2019 setelah AS, India, Inggris, dan Kanada. Serta terdapat pula 4 perusahaan *start-up unicorn* yang memiliki valuasi lebih dari 1 juta dollar AS dan satu decacorn dengan valuasi lebih dari 10 juta dollar AS. (kominfo.go.id, 2019) Pada tahun 2022, perkembangan *start-up* di tanah air ini meningkat dicatat pada bulan Juli 2022 dengan jumlah 2.391 *start-up*. Serta diantaranya terdapat 2 *start-up* dengan kategori decacorn dan 8 *start-up* dengan kategori unicorn. (liputan6, 2022)

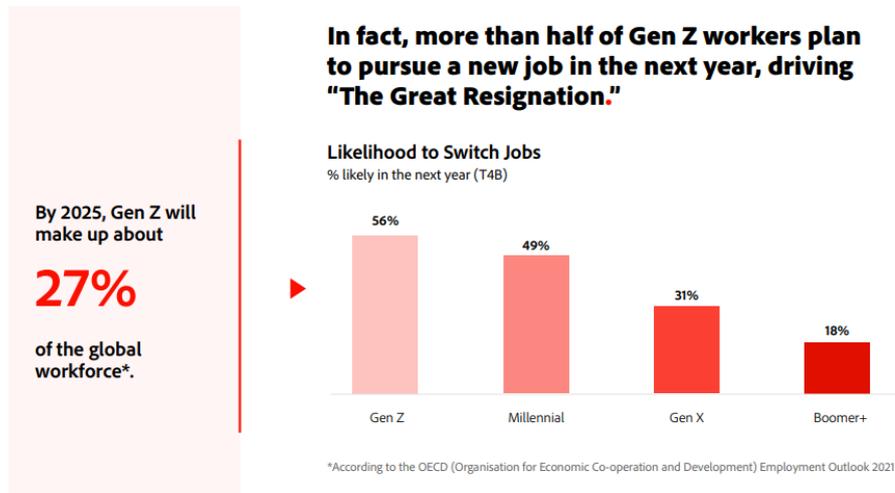
Menurut Prisca Niken, *Senior Public Relation Manager* di Qoala, *start-up* merupakan salah satu tempat yang cocok bagi generasi Z untuk meningkatkan tanggung

jawabnya dalam mengelola pekerjaan, mandiri, dan mengeksplorasi kualitas dalam diri. *Start-up* mampu untuk mengembangkan karir seseorang secara cepat, pasalnya *start-up* menyediakan ruang bagi karyawannya untuk berkreaitivitas, menumbuhkan jiwa *entrepreneurship*, dan mengutamakan kenyamanan bekerja. Selain itu, lingkungan *start-up* yang terdiri dari orang-orang yang memiliki semangat kerja yang sama. (beritasatu.com, 2021)

Berdasarkan presentase sepanjang Q3 pada tahun 2021, jumlah karyawan *start-up* pada tahun 2021 terjabar sebagai berikut: (goodnewsfromindonesia.id, 2021)

- Zenius: 729 Karyawan
- Halodoc: 1.018 Karyawan
- Shopee: 3.046 Karyawan
- DANA: 931 Karyawan
- Tiket.com: 1.246 Karyawan

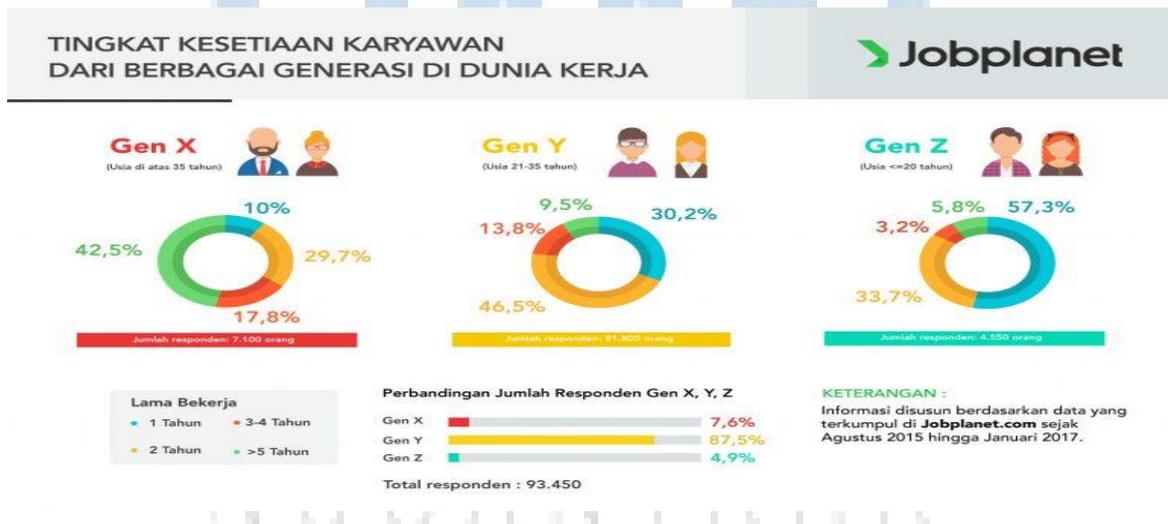
Oleh karena itu, penulis ingin memilih untuk meneliti industri *start-up* dikarenakan perusahaan *start-up* memiliki sistem kerja yang dinamis. Sistem kerja yang menuntut karyawannya untuk cepat beradaptasi, berinovasi, dan berkembang memiliki karakter yang cocok bagi generasi Z untuk bekerja. Pada zaman sekarang ini, generasi Z yang hidup di sekitar teknologi memiliki keahlian untuk beradaptasi, mempelajari hal-hal baru, dan tidak memilih untuk hidup monoton.



Gambar 1.4 Survey Adobe terhadap karyawan berbagai generasi

Sumber: Adobe.com, 2021

Berdasarkan gambar 1.4, survey juga dilakukan oleh Adobe terhadap 5.500 pekerja ditemukan bahwa 56% karyawan yang berumur 18-24 tahun atau generasi Z menyatakan bahwa mereka berencana untuk berpindah perusahaan pada tahun berikutnya. Sedangkan, pada posisi kedua ditempati oleh generasi Milenial dengan persentase 49%.



Gambar 1.5 Survey Job Planet terhadap tingkat turnover karyawan di Indonesia

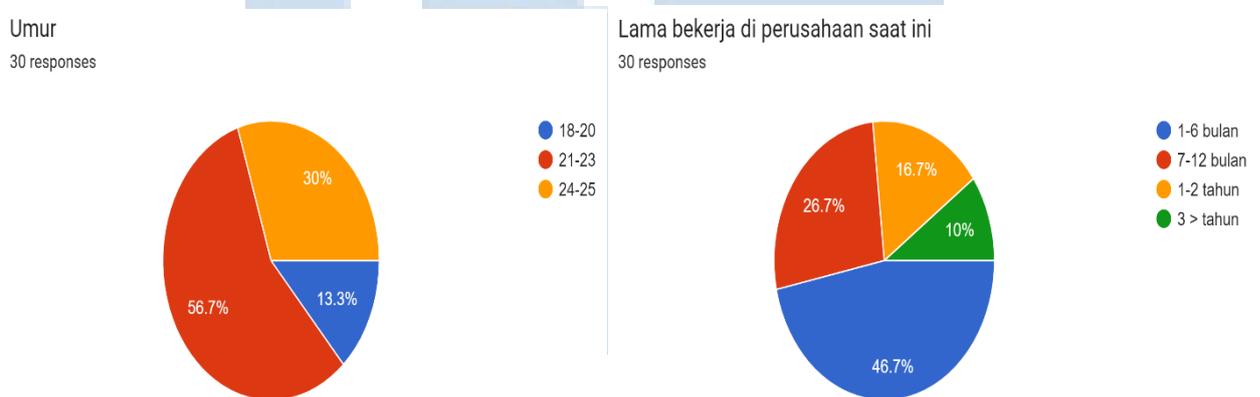
Sumber: Jobplanet.com, 2017

Berdasarkan gambar 1.5, merupakan survey yang dilakukan joplanet sebanyak 88.900 karyawan dengan generasi Z, generasi Y, dan generasi X yang tersebar di 35 provinsi di Indonesia. Jumlah responden generasi Z adalah 4.550 karyawan. Berdasarkan survey tersebut dapat disimpulkan pekerja generasi Z memiliki kesetiaan yang rendah terhadap pekerjaannya. Dengan total sebesar 57,3% responden berpindah kerja setelah satu tahun bekerja di perusahaan sebelumnya. Setelah itu, sebesar 33,7% responden berpindah kerja setelah 2 tahun bekerja di perusahaan sebelumnya. Berdasarkan sebuah situs rekrutmen terkenal, menyatakan bahwa generasi Z memiliki kecenderungan untuk berganti pekerjaan dalam periode waktu yang lebih singkat yaitu sekitar 1-3 bulan atau sebesar 31,82% generasi Z, dibandingkan generasi X dan Y. Peneliti ahli pengembangan sumber daya manusia dan pendiri *researcher* dari Thailand Dr. Thitima Chaimongkol menemukan bahwa masalah *turnover* pada pekerja generasi Z dapat dikatakan tinggi. Pasalnya *turnover* pada organisasi dan perusahaan terdapat sekitar 10%, tetapi saat generasi Z memasuki usia kerja terdapat kenaikan tingkat *turnover* menjadi 12-15%. (IntegrityIndonesia.com, 2019)

Perusahaan *start-up* HappyFresh dan Reddorz menyatakan bahwa, rata-rata tingkat turnover pada karyawannya sekitar 25% tiap tahunnya. Grup OD & HRBP HappyFresh Borries Abridita Putra mengatakan bahwa perusahaannya saat ini mencapai 300 orang karyawan, dari jumlah tersebut 25% orang diantaranya mengundurkan diri setiap tahunnya. Mayoritas karyawan yang mengundurkan diri telah bekerja selama 2-3 tahun. (katadata.co.id, 2019).

Adaptasi merupakan salah satu hal penting bagi karyawan dalam masuk atau berpindah pekerjaan ke perusahaan lain. Suatu komunitas dari platform ternama menyatakan bahwa mayoritas karyawan membutuhkan waktu sekitar kurang dari 1 bulan sampai 2 bulan untuk dapat beradaptasi dalam suatu lingkungan kerja. (glints.com, 2020).

Penulis melakukan penyebaran kuisisioner terhadap 30 responden karyawan generasi Z yang bekerja di *start-up*, berikut adalah hasilnya.



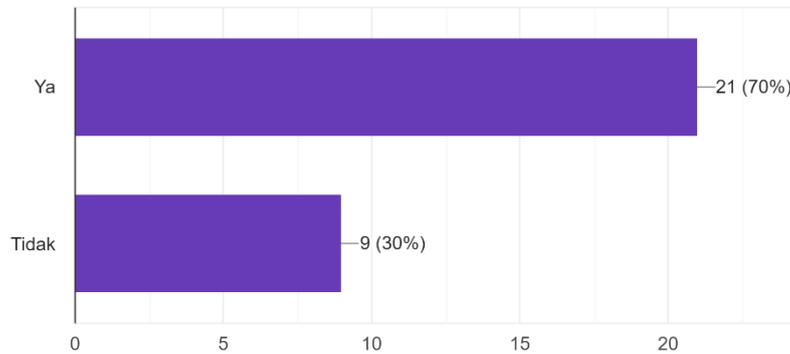
Gambar 1.6 Umur dan lama bekerja di perusahaan

Sumber: Data Penulis, 2022

Berdasarkan gambar 1.6 diatas, mayoritas responden berumur 21-23 tahun. Diurutan kedua ditempati oleh responden dengan umur 24-25 tahun. Responden yang umur 18-20 tahun memiliki jumlah paling sedikit. Sedangkan, berdasarkan lama bekerja di perusahaan, mayoritas responden telah bekerja selama 1-6 bulan. Urutan kedua mayoritas responden telah bekerja selama 7-12 bulan dan urutan ketiga responden telah bekerja selama 1-2 tahun. Sedangkan, minoritas responden telah bekerja selama lebih dari 3 tahun di perusahaannya saat ini.

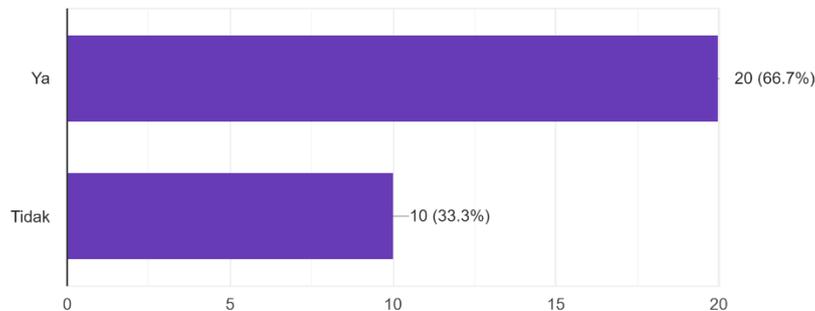
Saya pernah memiliki pikiran untuk berpindah pekerjaan / perusahaan

30 responses



Saat ini, saya sedang mencari-cari pekerjaan lain / perusahaan lain melalui (situs pencari kerja, keluarga, kerabat, atau teman)

30 responses

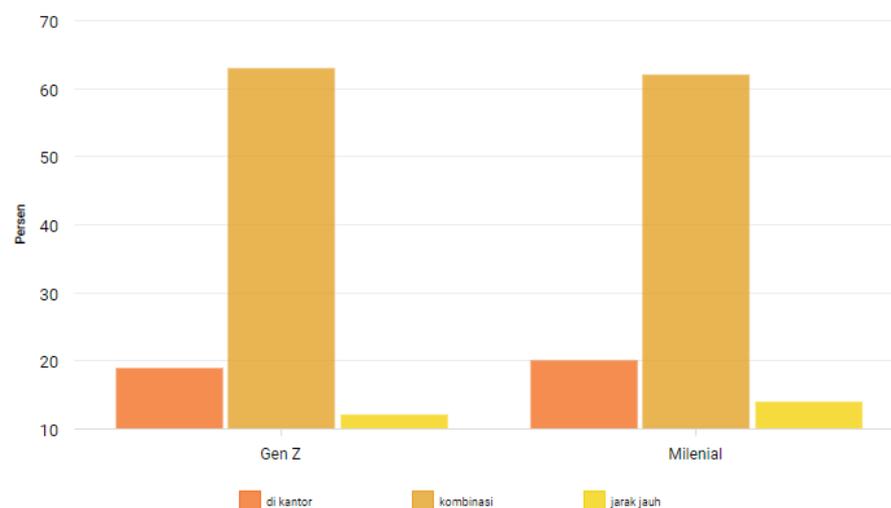


Gambar 1.7 Jawaban responden mengenai *turnover intention*

Sumber: Data Penulis, 2022

Berdasarkan gambar 1.7, ditemukan bahwa 21 dari 30 responden pernah mempunyai pikiran untuk berpindah pekerjaan. Sedangkan, penulis juga menemukan bahwa 20 dari 30 responden saat ini sedang mencari pekerjaan atau perusahaan lain melalui teman, kerabat, keluarga, maupun situs pencari kerja. Menurut Ahuja dan Heikkeri dalam Jaharuddin *et al.* (2019), *turnover intention* merupakan sebuah pikiran karyawan untuk keluar dan keinginan untuk mencari pekerjaan di perusahaan lain. Perilaku ini muncul biasanya disebabkan oleh pekerjaan dan rendahnya tingkat produktivitas karyawan. Menurut Zhao *et al.* (2017), niat karyawan untuk berpindah pekerjaan muncul menjadi keinginan yang sadar dan disengaja. Menurut Perez dan Staw

dalam Belete (2018), menyatakan bahwa ketika seorang karyawan meninggalkan pekerjaannya atas dengan sadar keinginannya disebut juga *turnover* secara sukarela. *Turnover* yang dilakukan secara sukarela dapat berdampak kepada perusahaan seperti adanya dampak pengeluaran biaya yang signifikan, tekanan pada staff yang tersisa, dan hilangnya modal sosial.

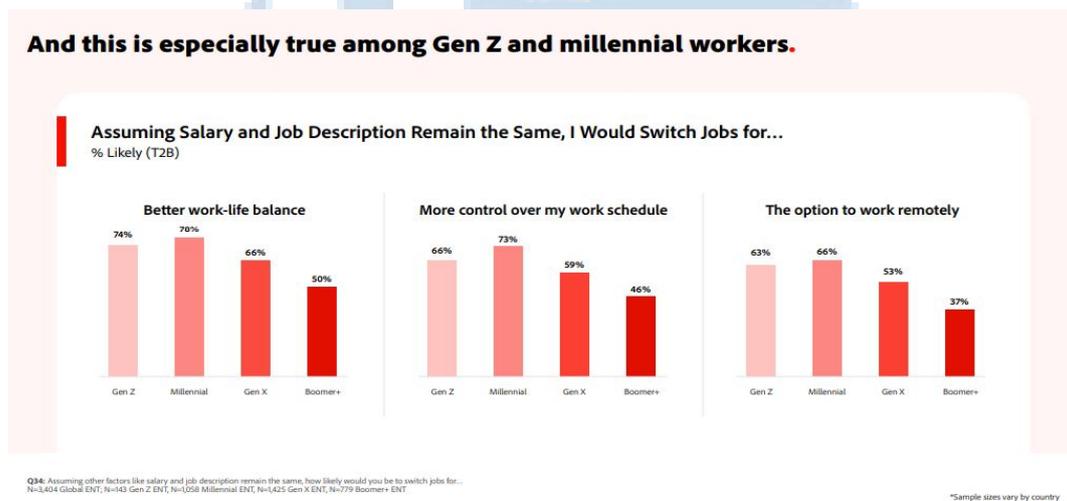


Gambar 1.8 Deloitte Global 2022 Gen Z and Millennial Survey

Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022

Berdasarkan gambar 1.8, merupakan survey yang dilakukan oleh Deloitte pada bulan November 2021 dan Januari 2022 terhadap 14.808 responden generasi Z dan 8.412 responden generasi Milennial yang tersebar di 46 negara mengenai pola kerja yang diminati oleh generasi Z dan Milennial. Hasil dari survey tersebut adalah mayoritas dengan persentase 63% pada generasi Z dan 62% pada generasi Milennial lebih meminati pola kerja kombinasi yaitu pola kerja yang fleksibel dimana mereka ingin bekerja di kantor namun dalam hari-hari tertentu juga mereka ingin bekerja secara jarak jauh atau *work from home*. Hal tersebut bagi mereka merupakan penting untuk mencapai keseimbangan

kerja. Generasi Z dan Milenial menyatakan beberapa manfaat dalam bekerja jarak jauh yaitu mereka dapat menghabiskan waktu dengan keluarga, menghemat uang, dan menurut mereka bekerja jarak jauh juga dapat meningkatkan produktivitas. (databoks.katadata.co.id, 2022)



Gambar 1.9 Survey Adobe terhadap karyawan berbagai generasi

Sumber: Adobe.com, 2021

Berdasarkan gambar 1.9, survey yang dilakukan oleh adobe terhadap 5.500 pekerja menyatakan bahwa generasi Z dengan persentase sebesar 74% lebih memilih untuk memiliki *work-life balance* yang baik selain mempertimbangkan gaji dan jobdesknya. Selain itu, hasil survey juga menyatakan bahwa generasi Z dengan persentase sebesar 66% mereka juga ingin untuk memiliki kontrol terhadap jadwal kerjanya. Yang terakhir, dengan persentase sebesar 63% generasi Z ingin memilih opsi untuk bekerja secara *remote* atau WFH dibandingkan langsung di *office*. (Adobe.com,2021)

Tidak hanya itu, survey juga dilakukan oleh *Commercial Cafe*, terhadap 1.992 pekerja di Amerika Serikat. Terdiri dari generasi *Baby Boomers*, Gen X, Milenial, dan

Gen Z. Dilaporkan bahwa gen Z rata-rata bekerja selama 38 jam perminggu, Milenial bekerja selama 42 jam perminggu, dan generasi *baby boomers* dan Y bekerja hampir selama 43 jam perminggunya. Selain itu, kecenderungan pekerja untuk lembur lebih besar di dominasi oleh *baby boomers* dengan persentase sebesar 16% sedangkan tingkat dominasi paling kecil ada pada generasi Z yaitu sebesar 7%. Tetapi walaupun generasi Z memiliki jam kerja dan lembur yang lebih sedikit, dilaporkan juga bahwa sebanyak 25% generasi Z merasa tidak puas dengan *work-life balance*, sedangkan paling sedikit sebesar 12 persen ada pada generasi *baby boomers*. Hasil survey yang dilakukan oleh *Commercial Cafe* didukung oleh survey yang dilakukan oleh *The Telegraph* yaitu bahwa generasi milenial dan Z memiliki pendekatannya tersendiri dalam bekerja. Survey *The Telegraph* terhadap 1000 orang berumur 17-23 tahun, dilaporkan bahwa sepertiga dari responden menganggap bahwa *work-life balance* merupakan faktor utama dalam mempertimbangkan mencari kerja lalu faktor kedua diikuti oleh gaji. (kumparan.com, 2019)

Berdasarkan hasil survey diatas dapat disimpulkan bahwa, *Work-Life Balance* di perusahaan merupakan salah satu faktor terpenting bagi generasi Z berpindah ke perusahaan lain atau *Turnover Intention*. Menurut Lavoie dan Bhalerao dalam Jaharuddin *et al.* (2019), *work-life balance* berakar pada kebutuhan karyawan dalam mencapai keseimbangan yang sehat antara keinginan untuk berpartisipasi penuh dalam pekerjaan dan tanggung jawab dalam kehidupan pribadinya.

Survey juga dilakukan oleh situs pencari kerja indeed.com, menemukan bahwa generasi Z dan Milenial memiliki tingkat *burnout* yang tinggi dengan presentase sebesar

58% dan 59%. Hal tersebut merupakan masalah bagi kaum muda generasi Milenial terutama pada generasi Z yang baru memulai karirnya. Selain itu, survey Deloitte menemukan bahwa 37% generasi Z akan menolak pekerjaan mereka atau tugas dikarenakan oleh etika atau prinsip pribadi mereka. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh *ThoughtExchange* pada bulan Januari 2022, menemukan bahwa 85% generasi Z lebih menghargai bekerja di perusahaan dengan tujuan dan misi yang membuat pekerjaan mereka terasa penting. (hr-brew.com, 2022).

Berdasarkan data dan survey tersebut, ditemukan bahwa *job engagement* menjadi faktor bagi generasi Z dalam mencari dan menentukan perusahaan yang cocok untuk mereka. Menurut Mayo dan Markwick dalam Jaharuddin *et al.* (2019), *employee engagement* di definisikan sebagai sebuah sikap positif dari karyawan terhadap perusahaan dan nilai-nilai yang dimiliki.

Permasalahan *turnover intention* yang terjadi pada generasi Z merupakan hal yang dapat merugikan perusahaan. *Turnover intention* dapat membuat perusahaan dapat mengeluarkan dana signifikan dalam melakukan perekrutan dan *training* terhadap karyawan baru. Selain itu, beberapa faktor mempengaruhi tingkat *turnover* seperti *work-life balance* yang menjadi faktor utama bagi generasi Z dalam menentukan pekerjaan dan *job engagement* yang mendukung dalam menentukan keterikatan dan keterlibatan generasi Z di perusahaan.

Oleh sebab itu, berdasarkan data dan fenomena yang ditemukan penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH WORK-LIFE BALANCE

TERHADAP JOB ENGAGEMENT DAN TURNOVER INTENTION PADA GENERASI Z DI INDUSTRI START UP”

1.2 Rumusan Masalah

Pada saat ini generasi Z merupakan mayoritas penduduk di Indonesia dengan persentase 27,94%. Sebaran penduduk generasi Z di Indonesia mayoritas berada di Jawa Barat dengan jumlah 11.886.058. Di jaman sekarang ini, generasi Z mulai mendominasi angkatan kerja di Indonesia. Pekerja generasi Z rata-rata telah berumur 18-25 tahun. Berdasarkan survei yang dilakukan SAKERNAS, generasi Z diantaranya telah menjadi pekerja dengan total 12 juta jiwa dan 57% nya merupakan karyawan tetap. Berdasarkan survey oleh situs pencari kerja mengenai minat preferensi generasi Z dalam memilih bekerja di perusahaan, mayoritas generasi Z lebih berminat bekerja di perusahaan teknologi dengan jabatan *software engineer*, *software developer*, dan *machine engineer*. Aspirasi generasi Z bekerja berubah karena generasi Z lahir di era internet dan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Kemudahan generasi Z dalam beradaptasi terhadap perkembangan teknologi juga mempengaruhi perbedaan generasi Z dengan generasi-generasi sebelumnya.

Masalah yang terjadi pada generasi Z merupakan adanya *turnover intention* yang tinggi. Berdasarkan bukti dari hasil penelitian-penelitian yang dilakukan beberapa institusi maupun penulis lakukan terhadap 30 responden serta data-data yang penulis temukan, dapat dinyatakan bahwa generasi Z memiliki *turnover intention* yang tinggi bersama-sama dengan generasi Milenial. Berdasarkan data, penulis juga menemukan bahwa *work-life balance* saat ini merupakan faktor terpenting setelah mempertimbangkan

gaji bagi generasi Z untuk menentukan pekerjaannya. Perusahaan dengan *work-life balance* yang rendah cenderung memiliki *turnover* yang tinggi bagi generasi Z.

Faktor yang mendukung adanya *turnover intention* adalah *job engagement*. Berdasarkan data, penulis menemukan bahwa saat ini generasi Z memiliki tingkat *burnout* yang cukup tinggi pada perusahaannya saat ini. Hal tersebut berhubungan karena pada dasarnya generasi Z lebih ingin bekerja di perusahaan yang lebih mendukung prinsip dan etika pribadinya. Oleh karena itu, karyawan dapat memiliki sikap positif terhadap perusahaannya.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dari penelitian ini, penulis merumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan dan positif antara WLB dan *job engagement* pada generasi Z yang bekerja di *start-up*?
2. Apakah WLB berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *turnover intention* pada generasi Z yang bekerja di *start-up*?
3. Apakah *job engagement* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *turnover intention* pada generasi Z yang bekerja di *start-up*?
4. Apakah *job engagement* memiliki sifat sebagai faktor mediasi antara WLB dan *turnover intention* pada generasi Z yang bekerja di *start-up*?

1.4 Batasan Masalah

Peneliti memberikan batasan penelitian dan responden yang akan dilakukan agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih akurat dan terukur. Batasan penelitian dan

responden yang akan dilakukan merupakan karyawan generasi Z dengan rentang umur 18-25 tahun yang bekerja di perusahaan *start-up* dengan minimal selama 1 bulan.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, adapun beberapa tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dan positif antara WLB dan *job engagement* pada generasi Z yang bekerja di *start-up*.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dan negatif WLB dengan *turnover intention* pada generasi Z yang bekerja di *start-up*.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan dan negatif *job engagement* dengan *turnover intention* pada generasi Z yang bekerja di *start-up*.
4. Mengetahui dan menganalisis sifat *job engagement* sebagai faktor mediasi antara WLB dan *turnover intention* pada generasi Z yang bekerja di *start-up*.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang penulis jabarkan sebagai berikut:

1. Akademis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca dengan menyajikan informasi yang berkaitan dengan *work-life balance*, *job engagement*, dan *turnover intention* pada generasi Z yang bekerja di *start-up*.

2. Perusahaan-perusahaan *start-up* di Indonesia

20

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran dan masukan mengenai permasalahan yang di hadapi dan dapat sebagai acuan untuk membantu mengatasi *turnover intention* di perusahaan.

3. Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian ini akan disusun dalam 5 bab sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang dan fenomena masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan literatur dan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang menjabarkan model dan rumusan-rumusan hipotesis.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai penelitian-penelitian yang telah dilakukan, gambaran objek penelitian, desain penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, uji instrument, uji hipotesis dan model, dan tabel operasional penelitian.

BAB IV: ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian atau bukti-bukti dan dilakukan uji validitas serta pengolahan data-data yang dikemukakan.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan untuk perusahaan maupun penelitian kedepannya.

