

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

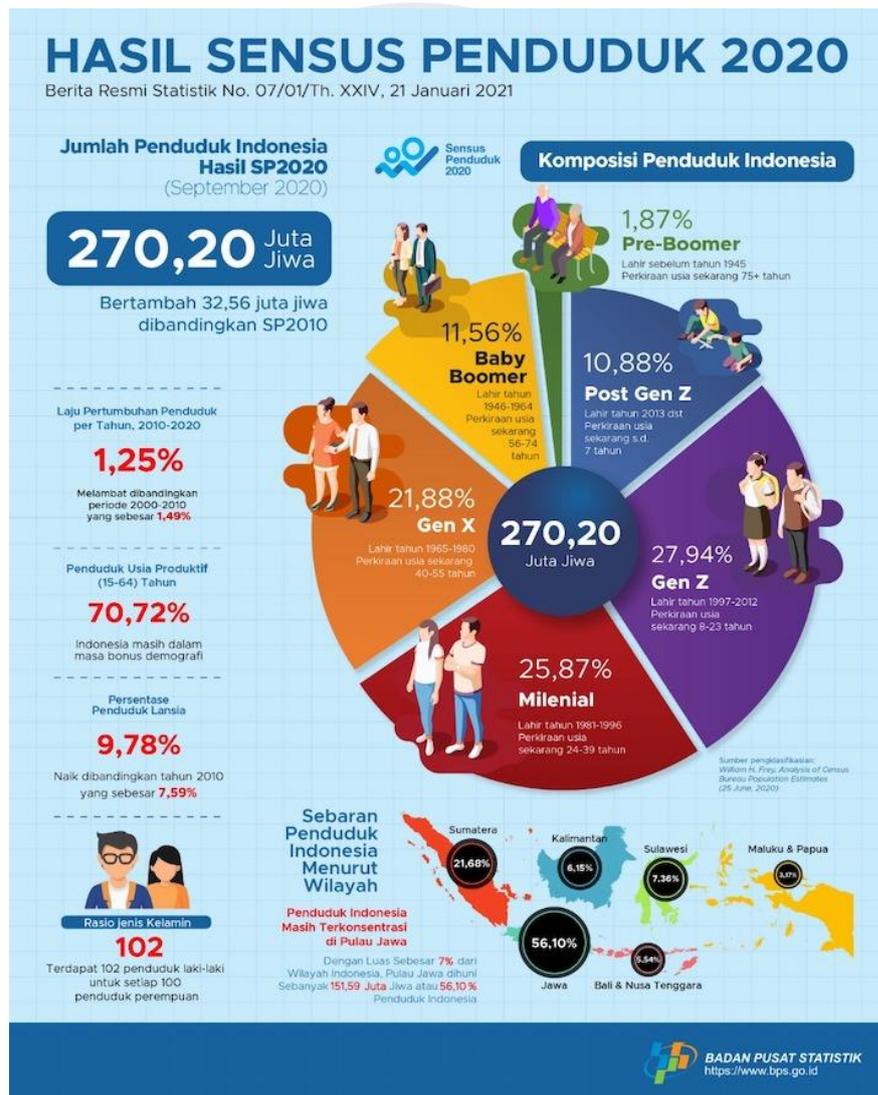
Generasi merupakan sekelompok individu yang memiliki kesamaan akan tahun kelahiran, usia, lokasi, dan peristiwa kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh besar terhadap fase pertumbuhan mereka (Kupperschmidt, 2000). Pada tahun 2022, Indonesia merupakan negara dengan penduduk sebanyak 275 juta jiwa yang terdiri dari penduduk keseluruhan pria sebanyak 139 juta jiwa dan penduduk keseluruhan wanita sebanyak 136 juta jiwa dengan penduduk berusia 20 hingga 24 sebagai penduduk jumlah terbanyak yaitu sebesar 22 juta jiwa (BPS, 2022).

| Kelompok Umur | Penduduk (Laki-Laki) | Penduduk (Perempuan) | Penduduk (Laki-Laki + Perempuan) |
|---------------|----------------------|----------------------|----------------------------------|
| 0-4 | 11 303,5 | 10 790,9 | 22 094,4 |
| 5-9 | 11 242,2 | 10 771,5 | 22 013,8 |
| 10-14 | 11 356,2 | 10 732,4 | 22 088,7 |
| 15-19 | 11 432,9 | 10 730,6 | 22 163,5 |
| 20-24 | 11 553,1 | 10 937,3 | 22 490,4 |
| 25-29 | 11 485,8 | 10 977,9 | 22 463,7 |
| 30-34 | 11 215,4 | 10 851,4 | 22 066,8 |
| 35-39 | 10 743,3 | 10 504,7 | 21 248,0 |
| 40-44 | 10 207,1 | 10 088,1 | 20 295,2 |
| 45-49 | 9 378,5 | 9 348,8 | 18 727,2 |
| 50-54 | 8 240,7 | 8 259,6 | 16 500,3 |
| 55-59 | 6 945,0 | 7 016,2 | 13 961,2 |
| 60-64 | 5 486,0 | 5 575,6 | 11 061,5 |
| 65-69 | 4 035,9 | 4 163,4 | 8 199,0 |
| 70-74 | 2 530,4 | 2 739,3 | 5 269,4 |
| 75+ | 2 232,9 | 2 897,1 | 5 130,6 |
| Jumlah/ Total | 139 388,9 | 136 384,8 | 275 773,8 |

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin tahun 2022

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Dilansir dari *Brain Academy* by Ruangguru bahwa generasi dibagi menjadi lima yaitu generasi *baby boomer*, generasi X, generasi Y atau yang biasa disebut sebagai generasi milenial, generasi Z, dan generasi *alpha* atau *post gen Z*. Setiap generasi dikelompokkan berdasarkan tahun lahir dan setiap generasi memiliki karakteristik dan keunikannya tersendiri.



Gambar 1.2 Hasil Sensus Penduduk 2020

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Berdasarkan pada info grafis yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik tahun 2020 bahwa data menunjukkan September 2020 Indonesia memiliki 270 juta jiwa dengan sebaran penduduk berdasarkan pada wilayah didominasi oleh

pulau Jawa dengan presentasi sebesar 56,10% atau lebih dari setengah penduduk Indonesia berada di Pulau Jawa. Info grafis menjelaskan bahwa generasi *baby boomer* merupakan generasi yang lahir pada tahun 1946-1964 di Indonesia memiliki jumlah sebanyak 11,56%. Generasi X merupakan generasi dengan tahun kelahiran yaitu tahun 1965-1980 di Indonesia memiliki jumlah sebanyak 21,88%. Generasi Y atau milenial merupakan generasi dengan tahun kelahiran 1981-1996 di Indonesia memiliki jumlah sebesar 25,87%. Generasi *post gen z* merupakan generasi dengan tahun kelahiran 2013 sampai seterusnya di Indonesia dengan memiliki jumlah sebesar 10,88%. Generasi Z berdasarkan pada data info grasi yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik tahun 2021 merupakan generasi dengan jumlah terbanyak di Indonesia yaitu sebesar 27,94%. Dilansir dari kemendikbud bahwa generasi Z merupakan generasi dengan tahun kelahiran 1997-2012.

| Generasi Z | | | Total | | |
|--------------|--------------|------------|--------------|--------------|-------------|
| Laki-laki ↑↓ | Perempuan ↑↓ | Total ↑↓ | Laki-laki ↑↓ | Perempuan ↑↓ | Total ↑↓ |
| 36.791.764 | 34.717.318 | 71.509.082 | 136.661.899 | 133.542.018 | 270.203.917 |

Gambar 1.3 Jumlah Penduduk Generasi Z dan Total Penduduk, 2020

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Berdasarkan pada data klasifikasi generasi yang ada di Indonesia pada tahun 2020 menyatakan bahwa jumlah keseluruhan dari penduduk generasi Z adalah 71 juta jiwa dengan jumlah penduduk pria generasi Z sebesar 36 juta jiwa dan perempuan sebesar 24 juta jiwa dari jumlah keseluruhan penduduk sebanyak 270 juta jiwa yang berarti bahwa sebagian besar penduduk Indonesia merupakan penduduk generasi Z (BPS, 2020). Dilansir dari Kemendikbud bahwa generasi Z di Indonesia saat ini menjadi generasi dengan populasi paling banyak melampaui generasi Milenial diharapkan menjadi penggerak kemajuan masyarakat dan bangsa. Dengan jumlah populasi terbanyak saat ini di Indonesia, generasi Z tentunya memiliki peranan penting dalam kemajuan bangsa saat ini dan dikemudian hari.

| Kelompok Umur | Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang | | | | | | | | |
|---------------|--|------------|------------|------------|------------|------------|---------------------|--------------|--------------|
| | Laki-laki | | | Perempuan | | | Laki-laki+Perempuan | | |
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2020 | 2021 | 2022 | 2020 | 2021 | 2022 |
| 0-4 | 85 513,00 | 84 838,00 | 84 391,00 | 82 005,00 | 81 341,00 | 80 930,00 | 167 518,00 | 166 179,00 | 165 321,00 |
| 5-9 | 81 180,00 | 80 891,00 | 80 518,00 | 77 015,00 | 76 891,00 | 76 579,00 | 158 196,00 | 157 782,00 | 157 097,00 |
| 10-14 | 77 748,00 | 77 472,00 | 77 504,00 | 73 481,00 | 73 411,00 | 73 712,00 | 151 229,00 | 150 883,00 | 151 216,00 |
| 15-19 | 75 635,00 | 74 669,00 | 73 923,00 | 71 139,00 | 70 207,00 | 69 475,00 | 146 774,00 | 144 876,00 | 143 398,00 |
| 20-24 | 75 190,00 | 74 431,00 | 73 555,00 | 73 946,00 | 73 260,00 | 72 436,00 | 149 136,00 | 147 691,00 | 145 991,00 |
| 25-29 | 80 098,00 | 79 741,00 | 79 596,00 | 80 104,00 | 79 809,00 | 79 750,00 | 160 202,00 | 159 550,00 | 159 346,00 |
| 30-34 | 81 652,00 | 81 906,00 | 81 973,00 | 80 874,00 | 80 774,00 | 80 555,00 | 162 526,00 | 162 680,00 | 162 528,00 |
| 35-39 | 84 897,00 | 85 604,00 | 86 522,00 | 82 926,00 | 83 373,00 | 84 014,00 | 167 823,00 | 168 977,00 | 170 536,00 |
| 40-44 | 79 474,00 | 80 405,00 | 81 294,00 | 77 679,00 | 78 531,00 | 79 271,00 | 157 153,00 | 158 936,00 | 160 565,00 |
| 45-49 | 67 750,00 | 69 187,00 | 70 663,00 | 66 633,00 | 68 161,00 | 69 701,00 | 134 383,00 | 137 348,00 | 140 364,00 |
| 50-54 | 54 803,00 | 56 302,00 | 57 896,00 | 54 054,00 | 55 805,00 | 57 655,00 | 108 857,00 | 112 107,00 | 115 551,00 |
| 55-59 | 43 728,00 | 45 288,00 | 46 822,00 | 44 747,00 | 46 631,00 | 48 460,00 | 88 475,00 | 91 919,00 | 95 282,00 |
| 60-64 | 32 212,00 | 33 763,00 | 35 463,00 | 31 735,00 | 33 569,00 | 35 607,00 | 63 947,00 | 67 332,00 | 71 070,00 |
| 65-69 | 23 069,00 | 24 613,00 | 25 941,00 | 21 751,00 | 23 292,00 | 24 697,00 | 44 820,00 | 47 905,00 | 50 638,00 |
| 70+ | 16 060,00 | 17 698,00 | 19 448,00 | 18 385,00 | 20 051,00 | 22 005,00 | 34 445,00 | 37 749,00 | 41 653,00 |
| Total | 959 009,00 | 966 808,00 | 975 709,00 | 936 477,00 | 945 106,00 | 954 847,00 | 1 895 486,00 | 1 911 914,00 | 1 930 556,00 |

Gambar 1.4 Penduduk Menurut Kelompok Umur & Jenis Kelamin Kota Tangerang 2020-2022

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan pada data yang dikeluarkan oleh BPS Kota Tangerang bahwa jumlah penduduk yang berada di usia generasi Z atau kelahiran tahun 1997-2012 berada di angka 289 ribu jiwa dari 1,9 juta jiwa yang ada di Kota Tangerang. Dilansir dari website resmi Kota Tangerang bahwa delapan industri utama mendorong pertumbuhan investasi di Kota Tangerang pada tahun 2023. Sektor transportasi, gudang, dan telekomunikasi memiliki proyek terbesar dengan total nilai investasi Rp4.407.668.000.000, dan diikuti oleh industri jasa lainnya, seperti rumah sakit dan pariwisata, dengan 1.152 proyek dengan total nilai investasi Rp2.054.388.100.000. Di sisi lain, peningkatan investasi juga didorong oleh sektor perumahan, kawasan industri, perkantoran, dan industri kimia dan farmasi. Untuk mendorong pertumbuhan investasi yang berkelanjutan, penting untuk memprioritaskan percepatan pembangunan infrastruktur. Untuk menjaga kestabilan Kota Tangerang agar investor tetap mempercayainya, Taufik Syahzaeni, Kepala DPMPTSP Kota Tangerang, berbicara.

Dilansir dari Liputan6, generasi Z merupakan generasi dengan sifat dan karakteristik yang sangat berbeda dari generasi lainnya. Generasi Z sering dikaitkan dengan teknologi karena mereka lahir dan berkembang beriringan dengan kemajuan teknologi dunia sehingga generasi Z paham dan mampu memanfaatkan kehebatan teknologi dalam menjalankan kehidupan mereka selanjutnya bernafas. Katadata mengatakan bahwa generasi Z tumbuh dengan

fasilitas-fasilitas teknologi yang terus memadai dari waktu ke waktu dan terus berkembang di era digital saat ini yang mengakibatkan generasi ini tidak akan lepas dari internet, media sosial, dan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan teknologi yang dilakukan oleh generasi Z sudah menjadi bagian hidup mereka di mana mereka dapat menggunakan *smartphone* atau gawai dengan mahir serta mampu mempelajari dan menguasai dengan mudah perubahan-perubahan teknologi terbaru yang mengartikan bahwa generasi Z sangat terbuka terhadap inovasi dari teknologi. Generasi Z memiliki kebiasaan untuk mengonsumsi konten-konten *online platform* yang tersedia di internet sehingga informasi terbaru dan terkini sudah diketahui oleh mereka terlebih dahulu serta komunikasi antar sesama generasi ini sangat intens karena dipertemukan melalui media sosial sehingga generasi Z cenderung lebih komunikatif secara internet dan teknologi.

Dilansir dari Liputan6, tingkat komunikasi generasi Z berada pada tingkat yang unik jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya karena generasi Z mampu menggunakan dan menguasai komunikasi secara daring atau *online* dengan sesama pengguna media sosial seperti menggunakan *emoji* dalam percakapan singkat, menggunakan *e-mail* dalam keperluan profesional, dan menguasai bahasa internet yang mungkin tidak dimengerti oleh generasi sebelumnya. Keterampilan komunikasi yang dimiliki oleh generasi Z ini juga ditandai dengan kemahiran menggunakan media sosial dalam berinteraksi yang berarti bahwa generasi Z mampu dengan mudah beradaptasi dengan teknologi yang berkembang saat ini dengan memahami perilaku dan preferensi sesama pengguna media sosial lainnya sehingga generasi Z mampu memanfaatkan komunikasi individu dan profesional. Dilansir dari Detik.com, generasi Z memiliki tingkat toleransi dan inklusivitas yang tinggi dengan tidak membedakan sesama manusia, menghargai serta menghormati pendapat dan keputusan orang lain, dan terbuka terhadap nilai-nilai serta latar belakang dari masing-masing individu. Generasi Z terbuka terhadap perubahan yang terjadi seperti inovasi dan ide baru untuk dicoba dan menerima perubahan tersebut. Generasi Z juga peduli terhadap sesama dengan menegakkan keadilan

dan memperjuangkan kesetaraan dari latar belakang yang berbeda seperti contoh hak asasi manusia, perubahan iklim, pencemaran global, hingga isu sosial lainnya yang merugikan banyak pihak. Generasi Z sangat sadar untuk menjalankan keadilan dan kesetaraan masyarakat luas demi kesejahteraan bersama.

Dilansir dari Liputan6 bahwa generasi Z memiliki warna tersendiri dalam mengekspresikan diri terhadap kreativitas dan esensial mandiri terhadap perubahan yang terjadi terhadap inovasi dan keunikan. Generasi Z yang sangat menghargai perbedaan baik perbedaan budaya maupun keberagaman yang ada di dalam insan masyarakat menjadikan generasi ini untuk lebih kreatif dalam menjelajahi keunikan dari dalam diri mereka seperti hobi, minat, dan gaya yang terus-menerus mengikuti perkembangan jaman dan menyesuaikan keunikan tersebut pada era modern saat ini. Liputan6 juga menyatakan karakteristik unik lain yang dimiliki oleh generasi Z adalah kesadaran akan sosial dan lingkungan. Hal ini dapat dilihat dari generasi Z yang sangat vokal terhadap kesetaraan gender, isu-isu sosial, hingga isu-isu pencemaran yang dapat merusak lingkungan. Contoh dari Gerakan ini dapat kita lihat dari banyak anak-anak muda yang lebih memilih untuk menggunakan *tumbler* sebagai botol minum sehari-hari dibandingkan dengan menggunakan botol plastik dan hal ini disebar luaskan melalui *platform* media sosial yang menjadi media favorit generasi Z.

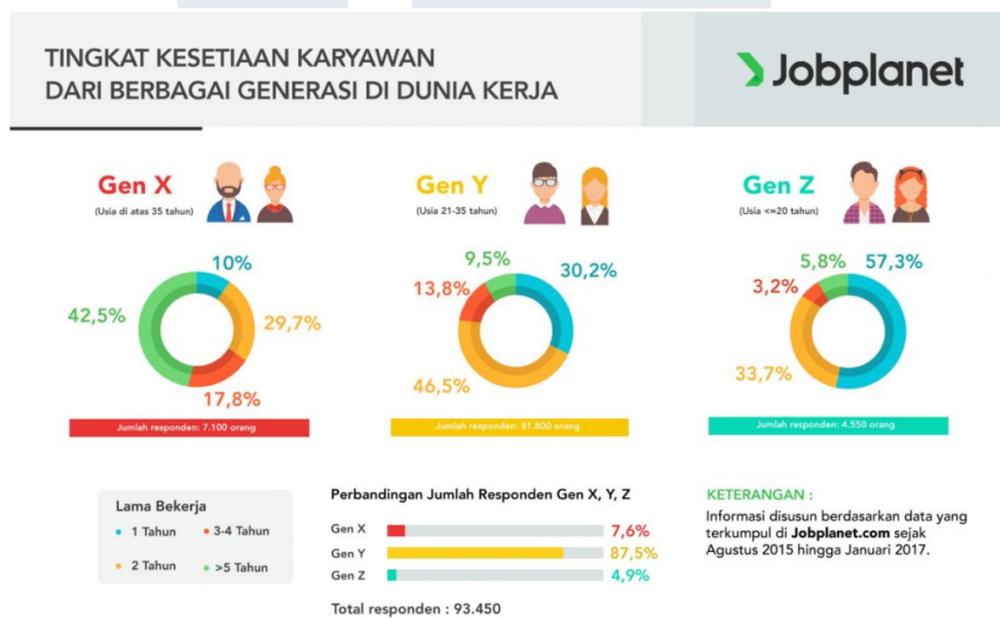
Mengutip dari Liputan6 bahwa pada dunia pendidikan, generasi Z sangat bergantung kepada kekuatan teknologi dan internet dalam mencari informasi serta keterkaitan akan pendidikan yang dijalankan. Hal ini sesuai dengan karakteristik utama generasi Z yaitu sangat berdampingan dengan teknologi dan internet. Pada ranah pekerjaan, generasi Z selalu menekankan untuk bekerja sesuai dengan *passion* yang mereka miliki dengan diimbangi dengan kalimat *work life balance* atau pekerjaan mereka dapat dilakukan secara fleksibel, adaptif, dan mampu dikontrol sesuai keinginan mereka. Terkadang keinginan bekerja yang digemari oleh generasi Z ini sulit berdampingan

dengan generasi sebelumnya terutama generasi X yang sudah terbiasa dengan rutinitas mereka dan loyalitas mereka terhadap perusahaan. Dilansir dari Detik.com, pandangan generasi Z terhadap masa depan mereka sangat ambisi dengan memanfaatkan segala peluang yang ada untuk mencapai kesuksesan yang diinginkan. Generasi Z terbuka terhadap peluang-peluang yang ada dan mampu mengambil risiko untuk menjalankan peluang tersebut sehingga terkadang sisi loyalitas generasi ini kurang baik oleh karena itu generasi Z sering dicap sebagai kutu loncat akibat dari kurangnya loyalitas mereka terhadap perusahaan.

Dilansir oleh Liputan6, kesehatan mental menjadi salah satu *concern* yang sangat diperhatikan oleh generasi Z. Generasi Z sangat terbuka terhadap kesehatan mental mereka dan berani untuk memberitahukan teman-teman generasi Z lainnya dan hal ini cukup berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi Z cenderung untuk vokal untuk menyembuhkan kesehatan mental yang mereka alami dan proaktif dalam memberikan pernyataan di dalam media sosial. Kepedulian generasi ini terhadap kesehatan mental membuat generasi Z lebih peduli untuk mencari solusi dalam perawatan berbagai macam cara untuk menyembuhkannya.

Dikutip dari Kumparan bahwa generasi Z sangat lekat dengan *stereotype* kutu loncat karena kurangnya loyalitas terhadap perusahaan karena faktor generasi stroberi atau generasi yang mudah menyerah dan lemah. Kutu loncat yang menjadi cap kepada generasi Z dikarenakan sikap mereka yang tidak bertahan pada suatu pekerjaan dan aktivitas yang dilakukan. Kutu loncat yang merupakan notabene bagi generasi Z mengartikan bahwa kurangnya loyalitas kepada pekerjaan karena preferensi yang terus berubah-ubah serta lebih mementingkan fleksibilitas dan gaya hidup yang diinginkan. Dilansir dari Kumparan bahwa studi kasus membuktikan 49% generasi Z berencana untuk meninggalkan pekerjaan mereka dalam 2 tahun pertama dan 61% generasi Z berencana untuk meninggalkan pekerjaan mereka dalam 3 tahun pertama (Deloitte, 2022). Dibesarkan di tengah era teknologi digital yang berkembang

dengan cepat, generasi ini terbiasa dengan perubahan yang cepat dan memiliki akses mudah ke informasi melalui internet. Karena itu, mereka menjadi lebih selektif dalam memilih tempat kerja atau organisasi yang ingin mereka ikuti. Di samping itu, Generasi Z juga cenderung meyakini bahwa pekerjaan tidaklah segalanya dan lebih memusatkan perhatian pada pencarian kepuasan pribadi (Hestianingis, 2022). Generasi Z lebih suka mencari pekerjaan yang menantang dan memberikan peluang pertumbuhan pribadi dan profesional karena kecenderungan mereka untuk menyukai hal-hal baru dan pengalaman baru. Mereka juga melihat pekerjaan sebagai kesempatan untuk mengembangkan keterampilan dan mendapatkan pengalaman baru, bukan sebagai sesuatu yang harus mereka lakukan sepanjang hidup (Mansur & Ridwan, 2022).



Gambar 1.5 Tingkat Kesetiaan Karyawan dari Berbagai Generasi di Dunia Kerja

Sumber: Jobplanet (2017)

Dari data yang diperoleh dari Jobplanet, terlihat bahwa durasi kerja untuk generasi X adalah: 1 tahun sebesar 10%, 2 tahun sebesar 29,7%, 3-4 tahun sebesar 17,8%, dan lebih dari 5 tahun sebesar 42,5%. Sementara itu, generasi Y yang bekerja selama 1 tahun mencapai 30,2%, selama 2 tahun sebesar 46,5%, selama 3-4 tahun sebesar 13,8%, dan lebih dari 5 tahun sebesar 9,5%. Untuk generasi Z, yang bekerja selama 1 tahun mencapai 57,3%, selama 2 tahun

sebesar 33,7%, selama 3-4 tahun sebesar 3,2%, dan yang bekerja lebih dari 5 tahun sebesar 5,8%. Dari data ini terlihat bahwa tingkat kesetiaan kerja mengalami perubahan dari generasi ke generasi. Generasi Y menunjukkan tingkat kesetiaan yang tinggi terhadap perusahaan, sementara generasi Z menunjukkan tingkat kesetiaan yang paling rendah. Namun, hasil riset ini juga menunjukkan bahwa generasi Y dan Z sering dianggap kurang setia, meskipun hal ini bukan sepenuhnya buruk. Generasi Y dan Z memiliki pandangan yang berbeda, di mana mereka cenderung mencari tantangan baru dan ingin mencoba hal-hal baru, sehingga tingkat mobilitas mereka sangat tinggi.

Mengutip dari Tempo, PT Gongsin Internasional Transindo (2021) telah melakukan survei terkait alasan pengunduran diri atau *resign* yang dilakukan oleh generasi Z. Data survei menunjukkan bahwa 64,9% menyatakan insentif atau gaji yang diterima tidak sesuai dengan pekerjaan atau *job desc* yang dilakukan. 56,9% generasi Z mengatakan bahwa jam kerja yang diberikan perusahaan kepada mereka tidak fleksibel sesuai dengan minat generasi Z. 52,4% menyatakan bahwa budaya perusahaan yang tidak sesuai dengan gaya bekerja generasi Z dan dianggap sebagai *toxic*. 51,3% karyawan generasi Z mengatakan bahwa SOP atau Standar Operasional Perusahaan tidak jelas atau dapat berubah-ubah sesuai keinginan perusahaan. 48,8% mengatakan bahwa sesama rekan kerja yang berada di atas generasi Z memiliki lingkungan yang *toxic* hal ini dikarenakan oleh budaya kerja generasi yang berbeda. 41,8% menyatakan bahwa pekerjaan dan beban kerja yang diberikan terlalu berlebihan. 38,5% responden menyatakan bahwa tidak adanya jenjang karier jelas yang mengharuskan mereka untuk bertahan di perusahaan tersebut. 37,2% mengatakan bahwa tidak adanya *work life balance* antara pekerjaan atau hubungan profesional dan kehidupan pribadi dari karyawan generasi Z tersebut.

Roziana (2020) menyatakan bahwa *turnover* adalah tindakan pengunduran diri seorang karyawan dari pekerjaan mereka, baik secara sukarela maupun tidak sukarela. Menurut Ardan dan Jaelani (2021), *turnover* dapat berdampak

negatif pada perusahaan, termasuk biaya untuk merekrut pekerja yang membutuhkan waktu dan fasilitas untuk wawancara karyawan selama tahap seleksi, biaya pelatihan pengawasan yang membutuhkan waktu, departemen personalia, dan karyawan yang akan dilatih. Dilansir dari *Leader zaman now* bahwa generasi Z memiliki tingkat *turnover* yang lebih besar dibandingkan dengan generasi milenial yaitu 2 tahun 3 bulan atau lebih sedikit 6 bulan hal ini dikarenakan generasi z lebih mementingkan pekerjaan yang bersifat instan dan lebih berhati-hati dalam mengambil risiko dibandingkan dengan generasi milenial serta informasi yang tersebar menyebabkan tidak loyalitas generasi Z terhadap perusahaan. Masalah budaya menjadi semakin penting di perusahaan karena anak-anak muda ini ingin menciptakan perubahan budaya. Generasi Z lebih suka mencari pekerjaan yang memberi manfaat dan sesuai dengan nilai-nilai mereka, itulah sebabnya banyak orang meninggalkan perusahaan di awal karier jika mereka tidak merasa cocok dengan nilai-nilai mereka.

Dilansir dari *Leader zaman now* bahwa terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan perusahaan dalam menghadapi tingkat *turnover* yang terjadi di dalam perusahaan karena *turnover* dapat disimpulkan bahwa sebuah fenomena yang diakibatkan oleh ketidakmampuan perusahaan dalam ekspektasi dan kebutuhan karyawan. Kesuksesan retensi karyawan bergantung pada pelatihan karyawan baru yang efektif. Perusahaan harus mencapai tiga hal selama pelatihan. Pertama, membantu karyawan memahami dan merasakan nilai dan misi perusahaan secara langsung. Karyawan akan merasa lebih terhubung dengan peran mereka, rekan kerja, manajer, dan perusahaan secara keseluruhan jika mereka mulai membangun ikatan emosional. Perusahaan harus menggunakan metode yang berbeda untuk pelatihan. Dalam pertemuan dengan karyawan baru, manajer dapat berbicara tentang pengalaman mereka dan bagaimana keterampilan mereka dapat membantu mereka dalam pekerjaan mereka dan mencapai tujuan perusahaan. Membangun hubungan kerja yang positif dan produktif dengan rekan kerja, serta menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan kerja, juga penting. Karyawan lebih suka pekerjaan yang memungkinkan mereka meluangkan waktu untuk hobi dan kepentingan

pribadi mereka. Manajemen juga harus menemukan dan menggunakan keahlian karyawan. Perusahaan harus memiliki manajer yang mampu membantu karyawannya berkembang secara positif. Selama hal itu tidak melanggar etika kerja, manajer tidak boleh melarang karyawan mereka untuk mengungkapkan ide, preferensi, ekspektasi, dan keinginan mereka. Pekerja sering menjadi lebih tertarik untuk menerima paket kompensasi selain gaji. Strategi ini menurunkan turnover, meningkatkan loyalitas karyawan, retensi, dan daya tarik perusahaan. Untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing, karyawan terbaik adalah aset utama perusahaan. Di Indonesia, banyak bisnis menawarkan kompensasi yang mencakup asuransi kesehatan lengkap (BPJS Kesehatan, BPJS Ketenagakerjaan, dan asuransi jiwa), serta berbagai bonus dan manfaat tambahan selain gaji pokok.

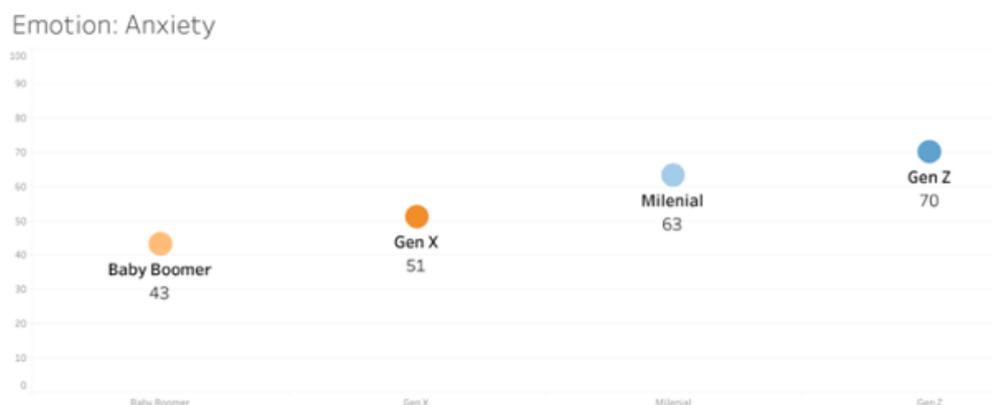
Mengutip dari Republika, Ida Fauziyah selaku Menteri ketenagakerjaan menyatakan generasi Z tidak menunjukkan komitmen jangka panjang terhadap pekerjaan mereka dan cenderung hanya melanjutkannya selama itu memenuhi kebutuhan mereka. Tingkat pergantian karyawan, yang juga dikenal sebagai *labor turnover*, akan meningkat sebagai akibat dari kehadiran generasi Z dan kemajuan teknologi yang beragam. Selain itu, akan ada peningkatan jumlah pekerja kemitraan, pekerja paruh waktu, dan pekerja lepas, yang akan mengubah pola hubungan kerja. Karena generasi Z yang terbiasa dengan teknologi dapat bekerja dari mana saja, seperti dari rumah atau kafe, sebelumnya risiko pekerjaan terutama terjadi di tempat kerja. Namun, sekarang risiko tersebut dapat muncul di berbagai tempat.

Pemimpin atau *leader* memiliki peranan penting dalam mengarahkan dan mengayomi pengikutnya dalam menjalankan serta melaksanakan tugas dari pekerjaan yang berada dalam lingkungan kerja sehingga pemimpin yang mampu memahami pengikutnya tentu akan menjadikan sinergi yang baik antara pemimpin dan pengikut. Dikutip dari Gramedia terdapat beberapa teori kepemimpinan yang ada yaitu teori sifat berpendapat bahwa pemimpin yang efektif memiliki sifat dan kualitas tertentu yang membedakannya dari orang

lain. Teori perilaku menyatakan bahwa pemimpin melakukan apa yang mereka lakukan dan bagaimana mereka berperilaku. Menurut teori ini, kepemimpinan dapat dipelajari dan dilatih, dan individu yang efektif dapat diidentifikasi berdasarkan perilaku mereka. Teori kontingensi berfokus pada situasi dan kondisi di mana kepemimpinan dilakukan. Teori ini berpendapat bahwa tidak ada satu gaya kepemimpinan yang cocok untuk setiap situasi, dan gaya kepemimpinan yang efektif bergantung pada situasi yang dihadapi pemimpin. Teori transformasional mengatakan bahwa seorang pemimpin dapat menginspirasi dan memotivasi pengikutnya dengan memberi mereka visi yang jelas dan menantang mereka untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi. Teori transaksional menyatakan bahwa pemimpin yang transaksional memberikan penghargaan dan hukuman kepada pengikut mereka atas kinerja yang baik dan buruk. Teori situasional menyatakan bahwa pemimpin yang efektif dapat menyesuaikan gaya kepemimpinan mereka dengan situasi untuk mencapai hasil terbaik. Teori karismatik menyatakan bahwa seorang pemimpin yang karismatik memiliki visi yang jelas dan kuat, dan mereka dapat menarik pengikut mereka dengan pesona dan kepribadian mereka. Teori otentik menyatakan bahwa pemimpin yang otentik adalah mereka yang jujur, terbuka, dan tulus dalam interaksi mereka dengan pengikut mereka. Dikutip dari LinkedIn, *task-oriented leadership* adalah gaya kepemimpinan yang berorientasi pada tugas atau gaya kepemimpinan yang lebih mengutamakan pencapaian tujuan, metode kerja, penetapan pola organisasi, penyusunan rencana kerja, dan struktur tugas. Dikutip dari Kemenkeu, seorang pemimpin yang akan memimpin generasi Z tentunya harus memiliki jiwa yang adaptif yaitu pemimpin harus dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan dan keadaan baru dari pengikutnya. Dilansir dari *Psychologic Today* bahwa terdapat beberapa keuntungan dari *task-oriented leadership* terhadap komitmen karyawan di dalam perusahaan yaitu pemimpin yang berorientasi tugas membantu karyawan memahami tugas mereka dengan memberikan arahan yang jelas dan spesifik, meningkatkan produktivitas karyawan dan organisasi secara keseluruhan, pemimpin yang berorientasi tugas menekankan

pada efisiensi dan menyelesaikan tugas tepat waktu, pemimpin yang fokus pada tugas dapat meningkatkan tanggung jawab dan motivasi karyawan dengan memantau dan memberikan umpan balik yang konstruktif, Karyawan dapat merasakan rasa pencapaian setelah menyelesaikan tugas yang sulit sehingga dapat meningkatkan moral dan motivasi mereka, karyawan yang merasa bahwa mereka dapat membantu mencapai tujuan organisasi lebih cenderung untuk mempertahankan komitmen mereka pada pekerjaan mereka.

Luthans, Youssef, dan Avolio (2015) berpendapat bahwa *psychological capital* adalah tahap perkembangan mental positif pada seseorang dicirikan oleh keyakinan dan kepercayaan diri yang tinggi untuk menghadapi tantangan yang sulit (*self-efficacy*), mengadopsi sikap optimis dengan memberikan atributi positif terhadap berbagai kejadian baik di masa sekarang maupun di masa depan (*optimism*), memiliki tujuan hidup yang jelas dan berupaya secara konsisten untuk mencapainya (*hope*), serta memiliki kemampuan untuk bangkit kembali dan mengatasi rintangan dengan keteguhan (*resilience*). Penggabungan konsep *self-efficacy*, *hope*, *optimism*, dan *resilience* secara teoritis akan membentuk pandangan positif seseorang terhadap lingkungannya dan meningkatkan peluangnya untuk mencapai kesuksesan melalui motivasi dan upaya.



Gambar 1.6 Presentase Tingkat Anxiety Setiap Generasi

Sumber: Talentics (2022)

Berdasarkan pada data yang diterbitkan oleh Talentics bahwa tingkat kecemasan atau kepanikan generasi Z lebih tinggi dibandingkan dengan dua generasi lainnya yaitu generasi X dan generasi Milenial. Hal ini menandakan bahwa generasi Z memiliki kontrol emosi yang rendah sebesar 11% dibandingkan dengan generasi Milenial di dalam dunia pekerjaan. Data yang dilansir melalui Talentics terkait dengan kestabilan emosi setiap generasi di dunia pekerjaan harus diperhatikan oleh perusahaan terutama dalam hal merangkul generasi Z ke dalam perusahaan karena jumlah generasi Z di Indonesia yang mendominasi dan mulai memasuki dunia pekerjaan sehingga perlu adanya adaptasi dari perusahaan untuk dapat mengetahui cara-cara dalam menarik generasi Z yang terkenal akan sistem *work life balance* dan fleksibilitas dalam bekerja.



Gambar 1.7 Presentase Tingkat Kestabilan Emosi Setiap Generasi

Sumber: Talentics (2022)

Berdasarkan pada data yang dijabarkan oleh Talentics bahwa tingkat kestabilan emosional yang dimiliki oleh generasi Z jauh lebih rendah dibandingkan dengan generasi lainnya yang menandakan bahwa generasi Z tidak pandai dalam melakukan kontrol emosi sehingga cenderung untuk mudah tersinggung dan akan dikaitkan kembali dengan kesehatan mental.

Al-Sada (2017) mengatakan *job satisfaction* adalah perasaan emosional yang menyenangkan yang dihasilkan dari penilaian pekerjaan atau pengalaman kerja tertentu. Secara khusus, tingkat kepuasan karyawan yang tinggi biasanya

berkorelasi dengan kesuksesan suatu organisasi, sementara tingkat kepuasan karyawan yang rendah dapat merugikan organisasi. Produktivitas dan operasional organisasi meningkat karena *job satisfaction*. Dilansir dari Kumparan bahwa *job satisfaction* yang diinginkan oleh generasi Z tidak hanya berdasarkan pada insentif atau gaji yang mereka terima tetapi pekerjaan tersebut memungkinkan untuk mereka menyalurkan minat dan kegemaran. Kepuasan kerja yang diinginkan oleh generasi Z adalah adanya kesempatan bagi mereka untuk dapat mengeksplorasi diri, mengembangkan diri, dan berinovasi dari ide-ide yang mereka miliki. *Work life balance* juga menjadi faktor bagi generasi Z untuk mendapatkan kepuasan kerja yang mereka inginkan dengan menyeimbangkan pekerjaan dan kehidupan pribadi sehingga adanya fleksibilitas dan kesejahteraan fisik serta kesehatan mental mereka.

Grego-planer (2019) mengatakan bahwa *organizational commitment* merupakan tingkat di mana seseorang merasa terhubung dan teridentifikasi dengan organisasi, yang diperkuat oleh penerimaan yang kuat dan kepatuhan terhadap tujuan dan cita-cita organisasi.

Berdasarkan pada fenomena yang terjadi di dalam masyarakat terkait generasi Z yang dianggap sebagai generasi yang tidak memiliki komitmen jangka panjang dalam bekerja dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti gaya kepemimpinan, psikologis, dan kepuasan kerja yang dimiliki oleh generasi Z berbeda dengan generasi sebelumnya. Berdasarkan pada data-data yang ada mengenai generasi Z pada dunia kerja memberikan ketertarikan kepada penulis untuk melakukan penelitian ini dikarenakan generasi Z yang cukup dianggap sebagai penerus dan pendiri bangsa tetapi memiliki notabene yang kurang baik. Oleh karena itu, berdasarkan pada fenomena dan data yang ada maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “PENGARUH TASK ORIENTED LEADERSHIP, PSYCHOLOGICAL CAPITAL, DAN JOB SATISFACTION TERHADAP ORGANIZATIONAL COMMITMENT DI KALANGAN GENERASI Z WILAYAH TANGERANG”.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Generasi Z yang merupakan generasi mendominasi Indonesia saat ini dan akan mendominasi dunia pekerjaan yang ada di Indonesia. Generasi Z dengan berbagai macam keunikan karakteristik yang tidak dimiliki oleh generasi sebelumnya pada segi bekerja. Berdasarkan latar belakang bahwa generasi Z memiliki berbagai macam kelebihan yang dapat digunakan untuk mendorong mereka sehingga memiliki komitmen jangka panjang dan loyalitas terhadap perusahaan. Oleh karena itu, terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi karyawan pada *organizational commitment*, yaitu *task-oriented leadership*, *psychological capital*, dan *job satisfaction*. Maka dari itu berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, peneliti akan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah *task-oriented leadership* memiliki pengaruh positif terhadap *psychological capital*?
2. Apakah *task-oriented leadership* memiliki pengaruh positif terhadap *job satisfaction*?
3. Apakah *task-oriented leadership* memiliki pengaruh positif terhadap *organizational commitment*?
4. Apakah *psychological capital* memiliki pengaruh positif terhadap *job satisfaction*?
5. Apakah *psychological capital* memiliki pengaruh positif terhadap *organizational commitment*?
6. Apakah *job satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *organizational commitment*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada fenomena dan latar belakang yang telah dijabarkan oleh penulis, berikut beberapa tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk menguji analisis dan pengaruh *task-oriented leadership* terhadap *psychological capital*.

2. Untuk menguji analisis dan pengaruh *task-oriented leadership* terhadap *job satisfaction*.
3. Untuk menguji analisis dan pengaruh *task-oriented leadership* terhadap *organizational commitment*.
4. Untuk menguji analisis dan pengaruh *psychological capital* terhadap *job satisfaction*.
5. Untuk menguji analisis dan pengaruh *psychological capital* terhadap *organizational commitment*.
6. Untuk menguji analisis dan pengaruh *job satisfaction* terhadap *organizational commitment*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian penulis yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan pengetahuan akademik yang relevan kepada pembaca sehingga dapat memberikan manfaat terhadap pemahaman lebih baik pada penelitian pengaruh *Task-Oriented Leadership*, *Psychological Capital*, dan *Job Satisfaction* terhadap *Organizational Commitment* di kalangan generasi Z wilayah Tangerang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan memberikan manfaat terkait pemahaman akan pengaruh *Task-Oriented Leadership*, *Psychological Capital*, dan *Job Satisfaction* terhadap *Organizational Commitment* di kalangan generasi Z wilayah Tangerang.

1.5 Batasan Penelitian

Adapun batas ruang penelitian yang ditetapkan penulis sehingga penelitian ini berfokus pada masalah dan tujuan yang telah ditetapkan sehingga mempermudah, efisiensi, akurasi, dan pengukuran penelitian sebagai berikut:

1. Responden penelitian merupakan generasi Z atau kelahiran tahun 1997-2012 atau berusia 18 – 27 tahun.
2. Responden merupakan generasi Z dengan pendidikan terakhir SMA.
3. Responden merupakan karyawan dengan kerja lebih dari 6 bulan.
4. Responden penelitian merupakan karyawan generasi Z yang berada di wilayah Tangerang.
5. Variabel yang akan diteliti adalah *task-oriented leadership*, *psychological capital*, *job satisfaction*, dan *organizational commitment*.
6. Media yang akan digunakan untuk melakukan kuesioner adalah *Google Form*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan dibagi menjadi 5 bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang serta fenomena yang terjadi di dalam masyarakat, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDAS TEORI

Pada bab ini berisikan tinjauan teori dan konsep-konsep yang relevan terhadap penelitian yaitu *task-oriented leadership*, *psychological capital*, *job satisfaction*, dan *organizational commitment*. Teori penelitian dan argumen yang diajukan didukung oleh tinjauan Pustaka.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan pembahasan secara umum mengenai objek penelitian. Peneliti juga menjelaskan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, mengambil sampel, dan menganalisis data yang diuraikan pada bab ini.

BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan karakteristik responden, analisis statistik, uji hipotesis, dan penyebaran kuesioner untuk menyampaikan temuan penelitian secara mendalam.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan rangkuman dan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis serta berisikan saran-saran penulis yang diharapkan berguna untuk penelitian selanjutnya.

