

Pengelolaan Work Values Pada Gen Y Dalam Meningkatkan Komitmen Kerja

ELDES WILLY FILATROVI

email: eldeswilly@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu tantangan baru bagi dunia kerja adalah meningkatnya jumlah millennial (Generasi Y) yang masuk kedalam dunia kerja dengan keistimewaan yang cenderung berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Dalam dunia kerja, generasi millennial sering disebut-sebut sebagai generasi yang menyukai kebebasan dan fleksibilitas seperti kebebasan belajar, bekerja, maupun berbisnis. Generasi ini juga dikatakan sebagai *challenge seeker*. Tahun 2020 hingga tahun 2030 diprediksi bahwa Indonesia akan mencapai puncak populasi usia produktif sebesar 70% dari total penduduk Indonesia (Sebastian, Amran, dan Youth Lab, 2016). Hal ini bisa menjadi keuntungan untuk perekonomian dan kemajuan Indonesia apabila generasi millennial sebagai generasi dengan jumlah yang besar bisa dikelola dengan baik. Terlebih lagi setiap perusahaan dapat mengelola tenaga kerja millennialnya. Generasi Y telah menjadi topik penelitian yang sudah banyak diangkat di dunia karena banyaknya usia produktif dan angkatan kerja yang didominasi oleh generasi tersebut. Hanya saja di Indonesia masih sedikit penelitian yang mengangkat topik mengenai generasi Y. Alasan yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini adalah penelitian sebelumnya mengenai generasi Y yang dilakukan di Amerika maupun negara-negara lainnya belum tentu sama dengan karakteristik generasi Y di Indonesia. Adapun jumlah sampel dalam penelitian adalah 200 sampel. Hal ini sudah memenuhi syarat minimum sampel yang mampu digunakan untuk olah data statistik. Namun yang digunakan hanya 100 data karena kuesioner yang kembali dari responden hanya 100 kuesioner.

Kata kunci: Work Values, Gen Y, Komitmen Kerja

ABSTRACT

One of the new challenges for the world of work is the high number of millennials (Generation Y) entering the workforce with features that tend to be different from previous generations. In the world of work, millennials are often touted as a generation that likes freedom and flexibility such as freedom of study, work, and business. This generation is also said to be a challenge seeker. From 2020 to 2030 it is predicted that Indonesia will reach a peak of the productive age population of 70% of the total population of Indonesia (Sebastian, Amran, and Youth Lab, 2016). This can be an advantage for the economy and progress of Indonesia if the millennial generation as a generation with large numbers can be managed properly. Even more so if every company can manage its millennial workforce. Generation Y has become a topic of research that has been widely raised in the world because of the many productive ages and workforce dominated by that generation. It's just that in Indonesia there is still little research that raises the topic of generation Y. The reason for doing this research is that previous research on generation Y conducted in America and other countries is not necessarily the same as the characteristics of generation Y in Indonesia. The number of samples is 200 samples. This has met the minimum sample requirements that can be used for statistical data processing. However, only 100 data were used because other data could not be used in the study because the respondents' answers were not evenly distributed in each questionnaire.

Keywords: Work Values, Gen Y, Work Commitments

A. Latar Belakang

Dewasa ini, generasi Y menjadi tantangan tersendiri bagi dunia bisnis karena mereka sudah mulai memasuki pasar tenaga kerja. Generasi Y (millennial) yang lahir antara tahun 1980 - 2000 disebutkan sebagai generasi yang bebas memilih apa yang sesuai dengan dirinya, termasuk bebas memilih pekerjaan. Generasi yang berbeda-beda di tempat kerja seringkali menimbulkan beberapa permasalahan personalia di perusahaan (Sajjadi, Sun, dan Castillo, 2012). Mempelajari kesalahan dan kesuksesan generasi-generasi sebelumnya menjadi penting untuk mengurangi permasalahan yang mungkin terjadi di tempat kerja serta dapat dijadikan cara pencapaian tujuan organisasi secara lebih efisien.

Angeline (2011) yang mengadaptasi penelitian Dries et al. (2008) dan Zemke et al. (2000) generasi Y dinilai sebagai generasi yang bekerja dalam tim secara lebih baik, lebih kooperatif, dan lebih optimis pada masa depan dibandingkan dengan generasi baby boomers dan generasi X. Mereka tidak suka prosedur pengawasan yang ketat dan jadwal kerja yang kaku. Millennial

akan lebih lama bertahan dalam pekerjaan atau perusahaan yang telah menggunakan teknologi canggih, pekerjaan yang menantang dan yang mereka anggap menyenangkan. Generasi ini juga disebutkan sebagai generasi yang mendukung perbedaan dan mencari adanya work-life balance.

Dalam hal perekrutan, berdasarkan riset yang dilakukan oleh McCrindle (2006), 20,8% dari generasi Y mendapatkan pekerjaannya saat ini melalui agensi perekrutan atau melalui lembaga *outsourcing*. Tren *outsourcing* yang berkembang dinilai dapat memenuhi keinginan dari calon pekerja dan perusahaan yang mencari tenaga kerja. 20,7% generasi Y mendapatkan informasi pekerjaannya saat ini melalui lowongan pekerjaan yang ada di internet. Keadaan ini sesuai dengan karakteristik generasi Y yang merupakan generasi yang menguasai teknologi dan 24 jam terhubung dengan internet.

Generasi millennial menjadi topik yang menarik untuk dijadikan objek penelitian. Dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai millennial, masih sedikit dijumpai penelitian yang memfokuskan untuk meneliti *work values* generasi

millennial, dalam kaitannya dengan peningkatan komitmen organisasi, khususnya di Indonesia. Kebanyakan dari penelitian-penelitian yang sudah ada menitikberatkan pada perbedaan karakteristik antar generasi sehingga perlu dilakukannya penelitian yang lebih fokus untuk meneliti work values generasi millennial ini. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis komitmen organisasi akan meningkat dengan karakter *work values* generasi Y

B. Landasan Teori

Definisi Work Values

Menurut Smola dan Sutton (2002), *work values* adalah standar evaluatif terkait dengan pekerjaan maupun lingkungan dari pekerjaan tersebut yang diyakini benar atau yang diyakini penting. Ros *et. al.* (1999, dalam Lyons *et. al.* 2010) mengatakan bahwa *work values* dapat didefinisikan sebagai kepercayaan umum tentang keinginan relatif dari berbagai aspek pekerjaan, seperti gaji, otonomi, dan kondisi kerja, dan hasil terkait pekerjaan, seperti pencapaian dll.

Definisi Generasi Y

Teori generasi pertama kali dikemukakan oleh Karl Mannheim

dalam esai berjudul “*The Problem of Generation*” pada tahun 1923. Mannheim (1952) mendefinisikan generasi sebagai sebuah kelompok individu yang lahir dalam konteks sejarah dan sosial budaya yang sama, yang memiliki pengalaman formatif serupa dan membentuk kesamaan (Papavasileiou dan Lyons, 2015). Kupperschmidt (2000) menyebutkan bahwa generasi adalah:

“an identifiable group (cohorts) that shares birth years, age location, and significant life events at critical developmental stage (times) divided by 5-7 years into first wave, core group, and last wave.”

Definisi Komitmen Kerja

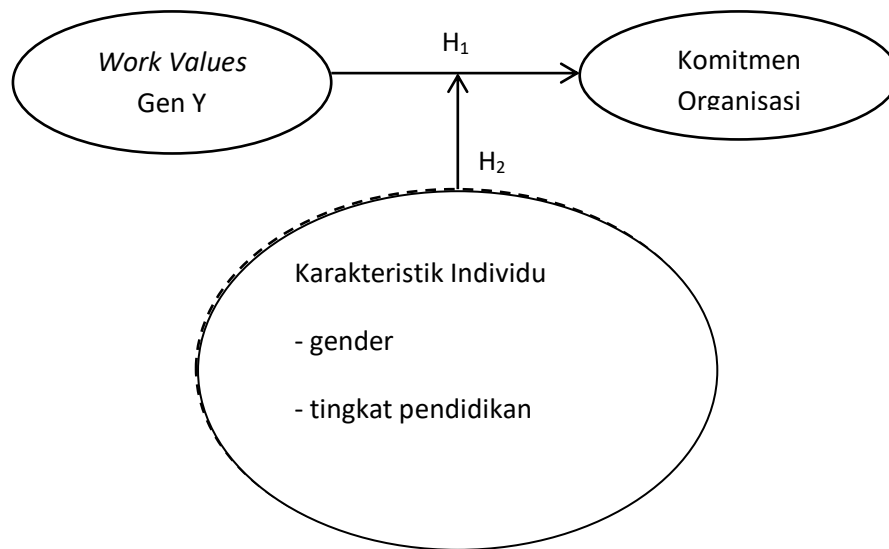
Luthans (2011), komitmen kerja didefinisikan sebagai keinginan kuat yang dimiliki seseorang untuk menjadi bagian dari organisasi, kemauan untuk mengerahkan usaha dan bekerja keras untuk organisasi, serta keyakinan dan penerimaan seseorang terhadap nilai dan tujuan organisasi. Sehingga bisa dikatakan bahwa seseorang yang memiliki komitmen organisasi akan cenderung menunjukkannya dalam sikap penerimaan, keyakinan, yang kuat

terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi. inimengacu pada telaah pustaka yang telah dibahas pada sub bab sebelumnya.

Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran teoritis yang dikembangkan dalam penelitian

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis



H1: Work values generasi Y berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi.

H2a: Gender mampu memoderasi hubungan antara work values generasi Y dengan komitmen organisasi.

H2b: Tingkat pendidikan mampu memoderasi hubungan antara work values generasi Y dengan komitmen organisasi.

C. Metode

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Y yang sudah bekerja di perusahaan perbankan di Kota Semarang. Adapun jumlah sampel adalah 200 sampel. Hal ini sudah memenuhi syarat minimum

sampel yang mampu digunakan untuk olah data statistik. Namun yang digunakan hanya 100 data karena kuesioner yang kembali dari responden hanya 100 kuesioner.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

metode analisis kuantitatif dimana metode analisis data kuantitatif ini merupakan metode analisis dalam bentuk angka-angka dan perhitungan dengan menggunakan metode statistik. Dalam mempermudah proses analisis, akan digunakan program Moderated Regression Analysis (MRA). Teknik ini digunakan untuk menguji pengaruh moderasi dari suatu variable. Dalam persamaan regresi MRA ini

mengandung unsure interaksi (perkalian dua atau lebih variable independen).

D. Hasil Penelitian dan Analisis

Gambaran Umum Responden

Pengaruh *work values* pada generasi y terhadap komitmen organisasi menjadi tujuan dari penelitian ini. Sampel menggunakan 100 orang responden dengan karakteristik sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Prosentase
Jenis kelamin		
- Laki – laki	47	47%
- Perempuan	53	53%
Usia		
- 16 – 19	5	5%
- 20 – 23	7	7%
- 24 – 26	47	47%
- 27 – 30	40	40%
- > 30	1	1%
Pendidikan		
- SMA/SMK	69	69%
- DIII	11	11%
- S1	12	12%
- S2	8	8%

Analisis data menggunakan regresi. Terdapat 3 model untuk masing – masing variabel moderasi. Pengolahan data

menggunakan SPSS for windows 19 mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. SPSS For Window 19

Model	Variabel	B	T	Sig	F	Sig	R ²
Model 1	<i>Work values</i>	0,255	7,169	0,000	51,393	0,000	0,337
Model 2	<i>Work values</i>	0,145	1,321	0,190	17,434	0,000	0,332
	Gender	-2,227	-0,980	0,329			
Model 3	<i>Work values</i>	0,303	4,666	0,000	17,765	0,000	0,337
	Pendidikan	1,157	0,996	0,322			

Variabel *work values* bernilai nilai *t* sebesar 7,169 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi kurang dari 0,05 berarti bahwa *work values* berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasi. Pada model 2 di table atas variabel gender dan interaksi mendapatkan nilai *t* masing – masing 0,980 dan 1,053 dengan nilai signifikansi 0,329 serta 0,295. Nilai signifikansi lebih dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel gender tidak memoderasi hubungan antara *work values* dengan komitmen organisasi. Variabel pendidikan mendapatkan nilai *t* masing – masing 0,996 dan 0,843 dengan nilai signifikansi 0,322 serta 0,401. Nilai signifikansi lebih dari 0,05 berarti bahwa pendidikan tidak memoderasi hubungan antara *work values* dengan komitmen organisasi.

E. Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan

1. Work values generasi Y berpengaruh signifikan dan positif terhadap komitmen organisasi.
2. Gender tidak mampu memoderasi hubungan antara work values generasi Y dengan komitmen organisasi.

3. Tingkat pendidikan tidak mampu memoderasi hubungan antara work values generasi Y dengan komitmen organisasi.

Rekomendasi

Komitmen organisasi pada generasi Y dapat ditingkatkan melalui peningkatan work values karena terbukti berpengaruh signifikan. Workvalues dapat ditingkatkan dari aspek kognitif, instrumen, sosial dan prestise. Dalam peningkatan workvalues tidak diperlukan adanya perbedaan berdasarkan gender karena tidak terbukti secara signifikan menjadi pemoderasi. Demikian pula tidak diperlukan perbedaan berdasarkan tingkat pendidikan karena tidak terbukti secara signifikan menjadi pemoderasi pada hubungan antara workvalues dengan komitmen organisasi. Penelitian mendatang hendaknya dapat lebih mengembangkan indikator dari workvalues agar didapat hasil lebih optimal.

REFERENSI

- Angeline, T. (2011). Managing generational diversity at the workplace: expectations and perceptions of different

- generations of employees. *African Journal of Business Management*, 5(2), 249–255. <https://doi.org/10.5897/AJBM10.335>
- Berkup, S. B. (2014). Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing*, 5(19), 2039–9340. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n19p218>
- Broadbridge, A. M., Maxwell, G. A., & Ogden, S. M. (2007). 13_2_30: Experiences, perceptions and expectations of retail employment for Generation Y. *Career Development International*, 12(6), 523–544. <https://doi.org/10.1108/13620430710822001>
- Davis, E. (2016). *Work Value Priority of Millennial Students*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gallup. (2016). *How Millennials Want to Work and Live From the Chairman and CEO*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gursoy, D., Chi, C. G. Q., & Karadag, E. (2013). Generational differences in work values and attitudes among frontline and service contact employees. *International Journal of Hospitality Management*, 32(1), 40–48. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.04.002>
- Hobart, B. (2014). *Understanding Generation Y: What You Need to Know About the Millennials*. PrincetonOne. Retrieved from <http://www.princetonone.com/news/PrincetonOneWhitePaper2.pdf>
- Kupperschmidt, B. (2000). Multigeneration employees: strategies for effective management. *The Health Care Manager*, 19(1), 65–76. <https://doi.org/10.1097/00126450-200019010-00011>
- Lyons, S. T., Higgins, C. A., & Duxbury, L. (2010). Work values: Development of a new three-dimensional structure based on confirmatory smallest space analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 969–1002. <https://doi.org/10.1002/job>
- Lyons, S. T., Schweitzer, L., Ng, E. S. W., & Kuron, L. K. J. (2012). Comparing apples to apples: A qualitative investigation of career mobility patterns across four generations. *Career Development International*, 17(4), 333–357. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>
- Martin, C. a. (2005). From high maintenance to high productivity:

- What managers need to know about Generation Y. *Industrial and Commercial Training*, 37(1), 39–44.
<https://doi.org/10.1108/00197850510699965>
- McCrindle, M. (2006). *New Generations at Work: Attracting, Recruiting, Retraining & Training Generation Y. McCrindle Research.*
- Meier, J., Austin, S. F., & Crocker, M. (2010). Generation Y in the workforce : Managerial challenges. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 6(1991), 68–79.
- Papavasileiou, E. F., & Lyons, S. T. (2015). A comparative analysis of the work values of Greece’s “Millennial” generation. *The International Journal of Human Resource Management*, 26(17), 2166–2186.
<https://doi.org/10.1080/09585192.2014.985325>
- Robbins, S. (2013). *Organizational Behavior. Zhurnal Eksperimental’noi i Teoreticheskoi Fiziki.*
<https://doi.org/10.12737/4477>
- Sajjadi, A., Sun, B. C., & Castillo, C. A. (2012). *Generational differences in work attitudes.*
- Sebastian, Y., Amran, D., & Youth Lab. (2016). *Generasi Langgas: Millennials Indonesia.* Jakarta: Gagas Media.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (4th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sillerud, H. (2011). *Generational differences in employee work values - An explorative study in a Norwegian work context.*
- Smola, K. W., & Sutton, C. D. (2002). Generational differences: Revisiting generational work values for the new millennium. *Journal of Organizational Behavior*, 23(SPEC. ISS.), 363–382.
<https://doi.org/10.1002/job.147>
- Sortheix, F. M., Chow, A., & Salmela-Aro, K. (2015). Work values and the transition to work life: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, 89, 162–171.
<https://doi.org/10.1016/j.jvb.2015.06.001>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Twenge, J. M. (2010). A review of the empirical evidence on generational differences in work attitudes. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), 201–210.
<https://doi.org/10.1007/s10869-010-9165-6>
- Twenge, J. M., Campbell, S. M., Hoffman, B. J., & Lance, C. E. (2010). Generational Differences in Work Values: Leisure and Extrinsic Values Increasing, Social and Intrinsic Values Decreasing. *Journal of Management*, 36(5), 1117–1142.
<https://doi.org/10.1177/0149206309352246>