

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Generasi Y merupakan generasi yang lahir antara tahun 1980 sampai tahun 2000 (Meier, Austin, & Crocker 2010). Generasi Y disebut juga sebagai generasi milenial karena generasi ini tumbuh dan berkembang bersamaan dengan perkembangan teknologi yang menyebabkan generasi ini lebih mengetahui tentang dunia digital dan mahir dalam mengakses teknologi jika dibandingkan dengan guru atau orang tua mereka yang termasuk dalam generasi sebelumnya atau Generasi X (Angeline, 2011 ; Meier, Austin, & Crocker, 2010).

Saat ini, Generasi Y menjadi topik diskusi pada Manajer Sumber Daya Manusia. Hal ini terjadi karena Generasi Y menjadi pendatang baru terbesar dalam pasar tenaga kerja (Islam, Cheong, Yusuf, & Desa, 2011). Pada tahun 2020, Generasi Y akan membentuk 60% angkatan kerja secara global (Goldsmith & Msuya, 2011). Hal serupa juga terjadi di Indonesia, Setiawan dan Puspitasari (2018) menyebutkan bahwa Generasi Y merupakan generasi produktif saat ini yang menjadi generasi mayoritas dalam berbagai organisasi. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Sosial Ekonomi Nasional (Susesnas) pada tahun 2017 yang bekerja sama dengan BPS, generasi paling banyak jumlahnya adalah Generasi Y, yaitu sebanyak 33,75% atau 88 juta jiwa dari total penduduk Indonesia (BPS, 2018). Selain itu, Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) menemukan bahwa Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Generasi Y tahun 2017 tercatat sebesar 67,24 persen atau sekitar dua pertiga dari populasi Generasi Y masuk ke dalam angkatan kerja (BPS, 2018).

Meningkatnya jumlah Generasi Y yang masuk ke dalam dunia kerja membawa karakteristik yang unik dibandingkan generasi sebelumnya. Sebagai generasi pertama yang menghabiskan waktu di lingkungan digital, informasi dan teknologi sangat mempengaruhi bagaimana Generasi Y bekerja (Bennett, Maton, & Kervin, 2008). Dalam bekerja Generasi Y lebih menyukai pekerjaan yang dinamis dan suka mencari informasi serta pengetahuan baru untuk mendorong pengembangan kapasitas diri (Perdana, 2019). Generasi Y cenderung mandiri, percaya diri dan suka melakukan pekerjaan dengan cara mereka sendiri dengan bantuan teknologi seperti internet (Sa'aban, Ismail, & Mansor, 2013). Kemajuan dan kemahiran dalam teknologi membantu kerja menjadi lebih efektif dan efisien yang berdampak pada terbukanya ruang kesempatan yang luas bagi Generasi Y untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan tentang kondisi di luar organisasi tempat mereka bekerja sehingga mereka dapat menemukan informasi tentang organisasi lain yang mereka anggap lebih sesuai dengan minat mereka dan lebih dapat memenuhi harapan mereka (Nizam, Nur, Sarah, & Idayu, 2016).

Stereotype Generasi Y terkenal sebagai multitasker yang cangguh secara teknologi, namun kurang dalam keterampilan komunikasi (Hartman & McCambridge, 2011). Selain itu, Generasi Y cenderung menyukai kebebasan, menyukai sesuatu yang serba cepat, instan, dan digital (Imelda, dkk, 2019). Generasi Y senang bekerja dalam tim dan lebih memiliki toleransi dari pada generasi sebelumnya (Smith & Nichols, 2015). Mereka juga menyukai tempat kerja dengan kompleksitas yang rendah disebabkan kebebasan dan fleksibilitas mereka (Setiawan & Puspitasari, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Oktariani, Hubeis,

dan Sukandar (2017) menemukan delapan jenis karakteristik negatif yang melekat pada Generasi Y adalah individualis, mudah bosan, ego sentris, tampil beda, tidak sabar, tidak peduli, memiliki komitmen dan loyalitas rendah, dan tidak pernah serius.

Masuknya Generasi Y ke dalam dunia kerja dengan karakteristik yang unik dan perspektif yang berbeda menjadi tantangan baru bagi dunia kerja. Salah satu tantangan tersebut adalah Generasi Y cenderung mudah untuk berpindah pekerjaan (Islam, Cheong, Yusuf, & Desa, 2011; Perdana 2019). Selain itu, ketika Generasi Y merasa tidak nyaman dengan pekerjaan atau tempat kerjanya, mereka lebih cenderung memilih untuk *resign* dari pada bertahan, mereka bisa berganti pekerjaan sebanyak 20 kali sepanjang hidupnya dibandingkan dengan generasi sebelumnya yang bertahan hingga masa pensiun (Qisthy, Musadieg, & Sulistya, 2018). Oleh sebab itu, Generasi Y juga dikenal sebagai generasi “kutu loncat” karena generasi ini mudah berpindah pekerjaan bila sedikit saja merasa tidak nyaman di tempat bekerjanya (Priherdityo, 2016).

IDN Media Research Institute (2019) menemukan bahwa 3 dari 10 Generasi Y mempunyai rencana untuk bertahan di suatu perusahaan hanya 2-3 tahun saja dan hanya 1 dari 10 Generasi Y yang menyatakan akan bertahan bekerja di satu perusahaan lebih dari 10 tahun. Faktor yang menjadi pertimbangan Generasi Y memiliki rencana bertahan disuatu perusahaan hanya 2-3 tahun saja dan lebih memilih berpindah pekerjaan disebabkan tiga hal, yaitu tersedia atau tidaknya fasilitas pengembangan diri yang baik, besar gaji yang lebih baik dan kondisi lingkungan kerja. Kondisi-konidisi seperti, mudah berpindah pekerjaan, resign, dan

memiliki rencana bertahan atau masa kerja yang singkat akan menyebabkan terjadinya *turnover* yang tinggi pada generasi ini. Permasalahan *turnover* pada suatu organisasi menunjukkan indikasi rendahnya komitmen organisasi pada Generasi Y (Halimsetiono, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Trapero, Villa-Castaño, Parra, dan García (2017) menemukan bahwa Generasi Y cenderung memiliki komitmen organisasi yang lebih rendah dibandingkan generasi sebelumnya. Hal tersebut terjadi karena bagi karyawan Generasi Y, pindah dari satu organisasi dirasa tidak beresiko karena mereka dapat memperoleh pekerjaan yang lain (Amin & Rahmiati, 2018). Generasi Y memiliki kemungkinan yang besar untuk berhenti bekerja di suatu organisasi bila mereka melihat kesempatan yang lebih baik di organisasi lain (Nizam, Nur, Sarah, & Idayu, 2016).

Komitmen organisasi adalah sikap yang merefleksikan loyalitas karyawan pada organisasi dan merupakan proses yang berkelanjutan yang mengacu pada bagaimana karyawan mengekspresikan perhatiannya terhadap organisasi, keberhasilan dan kemajuan organisasi (Luthans, 2006). Karyawan yang memiliki komitmen organisasi yang tinggi akan memiliki kemauan secara sadar untuk mencurahkan usaha demi kepentingan organisasi dan mereka bekerja bukan karena adanya instruksi melainkan karena motivasi dari dalam diri sendiri (Puspitasari & Asyanti, 2011). Karyawan yang puas dan berkomitmen, terlihat dari tingkat *turnover*, ketidakhadiran, dan perilaku penarikan diri yang lebih rendah, serta melakukan pekerjaan dengan lebih baik (Novita, Sunuharjo, & Ruhana, 2016). Selain itu, karyawan juga akan peduli terhadap masa depan dan keberhasilan

perusahaan atau organisasi, memahami peran mereka dalam organisasi serta berusaha melakukan yang terbaik dari peran mereka tersebut (Trigunajasa N, Sularso, & Titisari, 2017).

Halimsetiono (2014) menyatakan bahwa semakin tinggi karyawan berkomitmen kepada perusahaan maka karyawan tersebut akan berusaha lebih baik dalam menyelesaikan tugas-tugasnya. Selain itu, karyawan yang berkomitmen juga akan meningkatkan produktivitas kerjanya karena karyawan itu merasa menyatu dengan perusahaan dan bekerja untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan adanya rasa menyatu pada perusahaan, karyawan tidak akan berpikir untuk meninggalkan perusahaan, sehingga dikatakan bahwa komitmen organisasi yang tinggi akan menurunkan keinginan untuk pindah kerja para karyawannya.

Disisi lain, karyawan yang memiliki komitmen organisasi yang rendah akan memberikan dampak bagi organisasi. Adapun dampak yang ditimbulkan adalah karyawannya akan bekerja sesuai dengan keinginannya saja tanpa memperdulikan organisasi tempat mereka bekerja (Putri, 2014). Karyawan memiliki tingkat keterlibatan yang rendah dalam aktivitas perusahaan dari hari ke hari, seperti meningkatnya pemogokan, absensi dan kehadiran dalam rapat yang rendah (Mowday, Porter, & Steers, 1979). Karyawan yang memiliki komitmen yang rendah cenderung melihat dirinya sebagai orang luar atau melihat dirinya bukan bagian dari organisasi dan mengekspresikan lebih banyak ketidakpuasan terhadap banyak hal dalam organisasi (Moorhead & Griffin, 2013).

Selain itu, mereka juga akan memiliki kecenderungan untuk melakukan *turnover* di organisasi karena mereka sudah tidak menyukai tempat kerjanya saat

itu, tidak memiliki keinginan untuk ikut merealisasikan tujuan organisasi, serta semangat kerja yang menurun (Sidharta & Margaretha, 2011). Hal tersebut akan menyebabkan kerugian bagi organisasi atau perusahaan (Dewi & Nawangsih, 2017). Kerugian tersebut bisa berupa peningkatan biaya seperti biaya untuk perekrutan karyawan baru, biaya yang dikeluarkan selama ada posisi yang kosong, dan biaya pelatihan untuk karyawan baru (Halimsetiono, 2014).

Karakteristik-karakteristik yang khas pada Generasi Y tidak lepas dari kepribadian yang dimiliki masing-masing individu pada Generasi tersebut (Wicaksana, Novasari, & Janita, 2017). Menurut Khiavi, Dasthi, dan Mokhtari (2016) prediktor terpenting dari komitmen organisasi adalah perhatian pada kepribadian dan karakteristik serta perbedaan individu sehingga dengan memperhatikan kepribadian, dimensi dan karakteristik karyawan, dapat membantu organisasi mencapai tujuan dan efisiensi organisasi, menjadi sumber pengembangan kreativitas serta mencegah munculnya masalah-masalah organisasi yang berdampak pada tindakan, perilaku, keputusan, dan perilaku organisasi. Selain itu, Dewi dan Nawangsih (2017) menyebutkan bahwa kepribadian, nilai yang dianut, dan kepercayaan dimana hal tersebut merupakan karakteristik individu yang turut mempengaruhi komitmen karyawan dalam bekerja, Hal ini sejalan dengan pernyataan Mowday, dkk (1979) yang menyatakan bahwa karakteristik personal (seperti kepribadian), peran, pengalaman kerja dan struktur organisasi mempengaruhi komitmen organisasi.

Kepribadian seorang pegawai atau karyawan mengacu pada karakteristik dari seorang individu yang relatif menetap, bertahan dan mempengaruhi bagaimana

seorang pegawai atau karyawan beradaptasi dengan lingkungan pekerjaannya. Perilaku yang ditampilkan seseorang karyawan dapat merefleksikan kepribadian karyawan di suatu organisasi. Hal ini perlu untuk diketahui karena dengan mengetahui bagaimana kepribadian karyawan dalam suatu organisasi kita dapat mengetahui bagaimana komitmen karyawan terhadap organisasinya karena kesuksesan sebuah organisasi dapat dilihat dari bagaimana organisasi mampu menumbuhkan komitmen karyawannya dalam mencapai tujuan organisasi (Wahyudi, Nurfitriyah, & Amin, 2017).

Kepribadian menjadi hal yang penting bagi seorang pekerja karena kepribadian dapat merefleksikan bagaimana seseorang bertingkah laku baik dalam kesehariannya maupun dalam dunia pekerjaannya (Nasyroh & Wikansari, 2017). Kesesuaian antara kepribadian karyawan dengan pekerjaannya (*person job fit*) menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi komitmen seorang karyawan pada organisasi karena semakin sesuai karyawan dengan pekerjaannya maka semakin tinggi komitmen organisasinya (Seniati, 2006). Selain itu, kepribadian dapat menentukan perilaku karyawan sehingga kita dapat mengetahui sejauhmana pencapaian kerangka kerja, perilaku karyawan, dan meningkatkan komitmen karyawan dengan cara mengidentifikasi sifat-sifat karyawannya (Mehr & Dashti, 2016). Dengan mengetahui kepribadian karyawan manajer dapat meramalkan calon terbaik untuk suatu pekerjaan dan lebih mudah memahami serta lebih baik dalam mengatur individu yang bekerja dengan mereka (Robins & Judge, 2008).

Kepribadian karyawan dapat dilihat salah satunya menggunakan teori *Big Five Personality*. Teori ini didasarkan pada model lima faktor kepribadian sebagai

representasi struktur trait yang merupakan dimensi utama dari kepribadian (Mauna & Shabur, 2017). Adapun kelima dimensi *Big Five Personality* tersebut adalah *extroversion*, *agreeableness*, *openness to experience*, *neuroticism*, dan *conscientiousness*. Penilaian dalam kepribadian *big five* tidak menghasilkan satu trait tunggal yang dominan, tetapi menunjukkan seberapa kuat setiap trait dalam diri seseorang (Pratama, Pali, & Nurcahyo, 2012).

McCrae (2002) menyatakan bahwa kelima trait dalam *Big Five Personality* telah ditemukan di beragam budaya dan menggunakan banyak bahasa. Hal tersebut menyebabkan teori ini dapat diterima secara umum dan sudah lazim digunakan dalam berbagai penelitian (Mauna & Shabur, 2017). Dalam setting Psikologi Industri dan Organisasi, alat ukur *Big Five Personality* sudah digunakan untuk mengungkap performansi, komitmen organisasional, keberhasilan kewirausahaan, perilaku konsumen, dan kepuasan konsumen (Ramadhani, 2012). Selain itu, *Big Five Personality* memiliki reliabilitas dan validitas yang relatif stabil, hingga seseorang menginjak dewasa (Pervin, Cervone, & Oliver dalam Widhiastuti, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Susanto dan Sulaiman (2019) menemukan bahwa Generasi yang lebih muda (Generasi Y dan Z) cenderung memiliki keterbukaan yang lebih tinggi atas pengalaman dan perubahan (*openness to experience*). Namun, mereka cenderung memiliki stabilitas emosi (*emotional stability/ neuroticism*) yang lebih rendah ketimbang generasi yang sebelumnya. Selain itu, sebelumnya juga telah dilakukan penelitian-penelitian yang menemukan adanya hubungan antara kepribadian (*Big Five Personality*) dengan komitmen

organisasi. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Hakim dan Damayanti (2018) pada guru di sekolah PPI (Pesantren Persatuan Islam) di Bandung. Penelitian tersebut menemukan bahwa tidak semua dimensi *Big Five Personality* berkontribusi terhadap komitmen organisasi, yaitu hanya *extraversion* dan *openness to experience*, sedangkan *agreeableness*, *conscientiousness* dan *neuroticism* tidak memiliki kontribusi pada komitmen organisasi. Pada penelitian tersebut dimensi *Big Five Personality* yang memberikan kontribusi paling besar adalah *extraversion*.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rebbecka (2019) menemukan bahwa semua dimensi *big five personality* memiliki hubungan dengan komitmen organisasi dimana *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *openness to experience* memiliki hubungan yang positif dengan komitmen organisasi sedangkan *neuroticism* memiliki hubungan yang negatif dengan komitmen organisasi. Hubungan negatif *neuroticism* dengan komitmen organisasi menunjukkan semakin tinggi *neuroticism* pada diri karyawan maka akan semakin rendah komitmen organisasi yang dimilikinya. Hal ini terjadi karena emosi dari karyawan tersebut tidak stabil sehingga perannya di organisasi juga akan menjadi tidak stabil yang akan berdampak pada rendahnya komitmen organisasi karyawan tersebut (Mauna & Shabur, 2017). Selain itu, Farrukh, dkk (2017) menyatakan bahwa individu dengan *neuroticism* yang tinggi menampilkan ketidakstabilan emosi yang akan mempengaruhi hubungan individu dengan individu lainnya dan hubungan individu dengan organisasi tempat mereka bekerja yang akan menyebabkan terhambatnya pembentukan komitmen organisasi mereka, dimana mereka akan cenderung memiliki komitmen organisasi yang rendah. Sebab

karyawan dengan komitmen yang rendah cenderung sulit beradaptasi dengan rekan dan lingkungan organisasi tempat mereka bekerja.

Berdasarkan penelitian tersebut dapat diketahui bahwa belum dilakukan pembatasan usia subjek dan pengklasifikasian berdasarkan generasi, sehingga pada penelitian ini peneliti merasa penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut pada Generasi Y. Sebab, saat ini Generasi Y menjadi generasi yang paling banyak di dalam suatu organisasi atau perusahaan. Selain itu, Generasi Y ini juga memiliki karakteristik yang berbeda dengan karakteristik generasi lainnya. Peneliti ingin melihat apakah berlaku hubungan yang sama atau berbeda jika dilihat dari karyawan Generasi Y ini. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan topik “Hubungan antara Kepribadian (*Big Five Personality*) dengan Komitmen Organisasi pada Karyawan Generasi Y”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara kepribadian (*Big Five Personality*) dengan komitmen organisasi pada karyawan Generasi Y?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kepribadian (*Big Five Personality*) dengan komitmen organisasi pada karyawan Generasi Y.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah dan menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang Psikologi Industri dan Organisasi khususnya mengenai hubungan kepribadian (*Big Five Personality*) dengan komitmen organisasi pada karyawan Generasi Y.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam:

1. Membuat bahan pertimbangan kebijakan dalam menghadapi dan memahami permasalahan yang terkait dengan kepribadian dan komitmen organisasi karyawan Generasi Y pada organisasi atau perusahaan.
2. Membuat dan menggunakan pendekatan baru untuk mengelola atau memanajemen karyawan yang termasuk ke Generasi Y dalam meningkatkan komitmen organisasinya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai latar belakang permasalahan yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menguraikan tentang tinjauan teoritis, yang berisi teori-teori yang menjadi acuan dalam pembahasan permasalahan penelitian. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori-teori komitmen organisasi, kepribadian (*Big Five Personality*), dan Generasi Y. Selain itu bab ini juga berisi kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai identifikasi variabel, definisi konseptual dan definisi operasional variabel penelitian, populasi sampel, lokasi penelitian, instrumen penelitian, proses pelaksanaan penelitian dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan mengenai analisis terhadap hasil penelitian, pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran penelitian.

