

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam suatu perusahaan, selain faktor-faktor lain seperti sumber daya modal, strategi bisnis dan manajemen. Sumber daya manusia berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu perusahaan karena sumber daya manusia merupakan motor penggerak operasional suatu perusahaan. Penggerak yang dimaksud di sini meliputi seluruh sumber daya manusia yang ada, mulai dari level terendah hingga tertinggi (*top management*). Masing-masing elemen tersebut memegang peranan penting dalam kaitannya dengan tujuan perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan tentunya tidak lepas dari peran sumber daya manusia yang bekerja di dalamnya. Oleh karena itu diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas, kualitas sumber daya manusia yang dimiliki suatu perusahaan akan menjadi faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

Persaingan bisnis yang semakin ketat dalam beberapa tahun terakhir menuntut perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan pesaing lainnya untuk mendapatkan calon karyawan yang berkualitas. Untuk itu perusahaan memerlukan strategi yang tepat untuk dapat memenangkan persaingan dengan perusahaan lain dan mendapatkan karyawan yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah membuat perusahaan semenarik mungkin, sesuai dengan apa yang diharapkan oleh calon karyawan untuk menarik minat mereka.

Daya tarik perusahaan (*employeer attractiveness*) adalah tentang bagaimana persepsi calon karyawan terhadap suatu organisasi dengan membayangkan ketika mereka dapat bekerja di sana, dan tentang keyakinan dan pemikiran mereka yang mempengaruhi keputusan mereka apakah mereka ingin bekerja di sana atau tidak (Buren, 2012). Umumnya calon pelamar akan mempertimbangkan manfaat apa saja yang akan dia dapatkan nantinya sebelum memilih perusahaan untuk bekerja, semakin menarik manfaat yang ditawarkan oleh perusahaan pemberi-kerja maka minat calon karyawan untuk bergabung di

perusahaan tersebut akan semakin tinggi. Sebab, efektivitas dari keinginan calon karyawan untuk melamar kerja sangat erat kaitannya dengan daya tarik perusahaan (Sivertzen et al., 2013).

“Daya tarik perusahaan umumnya dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti upah, kesempatan promosi, kebijakan PHK, dan kebijakan lingkungan dari suatu organisasi.” (Sari, 2018). (Reis & Braga, 2016) menambahkan jika perbedaan generasi juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi daya tarik perusahaan pemberi kerja, hal ini disebabkan perbedaan generasi menciptakan perbedaan persepsi terhadap daya tarik perusahaan pemberi kerja. Saat ini, tenaga kerja yang tersedia hampir didominasi oleh tenaga kerja dari generasi milenial. “Generasi milenial atau generasi y sendiri didefinisikan sebagai generasi yang lahir antara tahun 1980 hingga tahun 2000.” (Mannheim, 1952). Populasi generasi milenial saat ini tercatat mencapai 25,87% yang berarti hampir seperempat penduduk Indonesia adalah generasi milenial ([BPS] Badan Pusat Statistik, 2020). Saat ini generasi milenial diperkirakan berusia sekitar 24 hingga 39 tahun dan termasuk ke dalam usia yang produktif sehingga diperkirakan dalam beberapa tahun kedepan generasi milenial akan menggantikan posisi-posisi penting di dalam perusahaan menggantikan generasi sebelumnya yang sudah mulai memasuki masa untuk pensiun.

Generasi milenial yang lahir pada era kemajuan teknologi informasi dan juga zaman yang serba canggih membuat mereka memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi pendahulunya. Generasi milenial mempunyai nilai yang diyakini dan mereka anggap penting ketika mereka bekerja di suatu tempat. Yakni, status, kebebasan (Cennamo & Gardner, 2008), Upah atau gaji (Twenge & Campbell, 2012), Jaringan social (Wong et al., 2008), dan waktu luang (Twenge et al., 2010). Selain itu, (Naim & Lenka, 2018)(Twenge & Campbell, 2008) juga menyebutkan jika karyawan milenial memiliki karakteristik seperti menginginkan kebutuhan pertumbuhan tingkat tinggi akan harga diri dan aktualisasi diri mereka, memiliki orientasi belajar yang kuat, sangat menghargai komunikasi terbuka guna pengembangan karir yang cepat bagi mereka, dan mengedepankan multitasking, fleksibilitas, kemampuan kerja serta memiliki sifat individualisme (Twenge & Campbell, 2012). “... generasi milenial juga menginginkan pengakuan, dukungan

dan ingin di anggap penting bagi perusahaan” (Ivancevic & Ratkovic, 2016) tidak hanya itu “mereka membutuhkan timbal balik dan arahan yang jelas dari.” (Hershatter & Epstein, 2010)

Selain dengan berbagai karakteristiknya yang unik, generasi milenial juga dikenal sebagai generasi yang kurang sabar dan menginginkan jenjang karir yang cepat sehingga kerap kali mereka lebih sering untuk berpindah pindah tempat kerja agar jenjang karir mereka cepat naik, hal ini banyak dikeluhkan oleh perusahaan-perusahaan yang sebagian karyawannya adalah dari kelompok generasi milenial. Karyawan milenial memang sangat identik dengan tingkat turnover yang tinggi seperti pada tahun 2019 dimana rata-rata angka turnover industri adalah di atas 10% (Deloitte Indonesia, 2019). Meskipun milenial terkenal dengan turnover yang tinggi, mempekerjakan generasi milenial di dalam perusahaan dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan. Adapun keuntungan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan adalah sebagai berikut: generasi milenial dikenal lebih kreatif dan selalu memiliki ide-ide dan inovasi yang lebih segar dan unik, hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk pengembangan perusahaan, selanjutnya generasi milenial itu memiliki koneksi *networking* yang luas dan hal ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai media untuk mempromosikan baik perusahaannya ataupun produk yang ditawarkan perusahaan tersebut secara lebih efektif dan efisien. Dan yang terakhir generasi milenial memiliki pengetahuan yang luas tentang teknologi dan hal ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan jika mereka ingin menerapkan teknologi yang lebih terkini kedalam perusahaan serta dengan memanfaatkan bantuan teknologi akan membuat pekerjaan mereka lebih cepat terselesaikan.

PT Garda Sekurindo adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyedia jasa keamanan yang berkedudukan di wilayah Depok, Jawa Barat. Perusahaan ini bergerak dalam bidang jasa penyediaan tenaga pengamanan baik untuk apartement, mall, perkantoran, pemukiman, proyek, dan yang lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti di dalam PT Garda Sekurindo, saat ini mereka memiliki sebanyak 188 orang karyawan yang bekerja di dalamnya dan dari total 188 karyawan tersebut sebanyak 140 orang diantaranya merupakan karyawan dari kelompok generasi milenial. Sebagai perusahaan yang bergerak

dalam bidang jasa keamanan tentunya PT Garda sekurindo memiliki banyak pesaing dengan kegiatan usaha yang sejenis dan bahkan terdapat pula pesaing yang sudah memiliki nama dan citra yang besar dalam jenis usaha tersebut. Manajer HRD dari PT Garda Sekurindo menuturkan jika di perusahaan mereka hanya menawarkan gaji yang sudah sesuai dengan UMP yang berlaku dan juga memberikan tunjangan dan fasilitas kesehatan serta jenjang karir. Meskipun perusahaan hanya menawarkan hal-hal tersebut, nyatanya banyak dari karyawan generasi milenial yang berminat bekerja di perusahaan tersebut. Hal tersebut menandakan jika apa yang mereka cari dapat diperoleh dengan bekerja di PT Garda Sekurindo. Selain itu, generasi milenial yang umumnya dikenal dengan generasi yang memiliki tingkat turnover yang tinggi, namun hal tersebut justru tidak terjadi di PT Garda Sekurindo. Manajer HRD PT Garda Sekurindo sendiri menyebutkan jika di dalam perusahaan yang ia pimpin memiliki tingkat *turnover* karyawan yang sangat minim, dalam beberapa tahun terakhir beliau berpendapat karyawan yang mengundurkan diri hanya beberapa orang saja.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti pun tertarik untuk mengeksplorasi faktor-faktor apa saja yang membuat mereka lebih tertarik untuk bekerja di PT Garda Sekurindo dan hal-hal yang membuat mereka loyal kepada perusahaan. Untuk itu peneliti ingin membuat kajian terkait hal tersebut dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Menjadi Daya Tarik Perusahaan Persepsi Milenial Pada PT Garda Sekurindo”**

I.2. Fokus Penelitian

Untuk kemudahan peneliti dalam pemecahan masalah dan agar penelitian ini dapat terfokus kepada permasalahan yang diangkat, maka peneliti memfokuskan ruang lingkup dalam penelitian ini yakni untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi daya tarik perusahaan dari sudut pandang karyawan generasi milenial di PT Garda Sekurindo.

I.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apa saja faktor-faktor yang menjadi daya tarik dari PT Garda Sekurindo dari sudut pandang karyawan generasi milenial?
- b. Apa Saja faktor-faktor yang menjadi daya tarik dari PT Garda Sekurindo yang dirasa sangat penting dari sudut pandang karyawan generasi milenial?
- c. Apakah daya tarik perusahaan yang sesuai harapan para generasi milenial dapat meningkatkan loyalitas mereka kepada perusahaan?

I.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk Mengeksplor hal-hal yang menjadi faktor daya tarik dari PT Garda Sekurindo dari sudut pandang karyawan generasi milenial.
- b. Untuk mengetahui Apa Saja faktor daya tarik dari PT Garda Sekurindo yang dirasa sangat penting dari sudut pandang karyawan generasi milenial
- c. Untuk mengetahui apakah daya tarik perusahaan yang sesuai harapan para generasi milenial dapat meningkatkan loyalitas mereka kepada perusahaan

I.5. Manfaat Hasil Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber pengetahuan dan perkembangan ilmu serta referensi penulisan bagi penelitian selanjutnya dengan konsentrasi Sumber Daya Manusia.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini memberi gambaran bagi setiap perusahaan terkait dengan daya tarik perusahaan pemberi kerja yang diharapkan oleh calon karyawan millennial. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam menyusun strategi perekrutan terkhusus bagi para generasi milenial. dan juga sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam pengelolaan sumber daya manusia terkhusus generasi milenial

