

**KETERKAITAN *PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT* DAN
HAPPINESS AT WORK PADA KARYAWAN GENERASI Y PT.
TELEKOMUNIKASI SELULAR JAKARTA**

Arinda Gadis Wardiana
15010114120065

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
arindagadiswardiana@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan *perceived organizational support* dan *happiness at work* pada karyawan generasi Y PT. Telkomsel Jakarta. *Perceived organizational support* adalah keyakinan, pandangan atau penilaian karyawan tentang dukungan yang diberikan organisasi dalam memenuhi kesejahteraan karyawan atas kontribusi karyawan, sedangkan *happiness at work* adalah perasaan positif karyawan berupa menikmati pekerjaan dan perasaan senang berada di lingkungan kerja, baik bekerja secara individu maupun berkelompok yang dapat meningkatkan kinerja karyawan. Populasi dalam penelitian ini adalah 989 dan sampel penelitian 129 subjek. Karyawan generasi Y dipilih sebagai subjek penelitian dikarenakan tahun 2020-2030 diperkirakan Indonesia mengalami bonus demografi, dimana angkatan usia kerja didominasi oleh generasi Y. Teknik sampling yang digunakan adalah *cluster random sampling*. Penelitian ini menggunakan dua skala sebagai alat ukur, yaitu Skala *Perceived Organizational Support* (39 aitem valid dengan $\alpha=0,932$) dan Skala *Happiness at work* (48 aitem valid dengan $\alpha=0,949$). Berdasarkan metode analisis regresi sederhana didapatkan hasil $r_{xy}=0,706$ dengan $p=0,000(p<0,05)$, dimana hasil tersebut menunjukkan ada hubungan positif antara *perceived organizational support* dan *happiness at work*. *Perceived organizational support* memberikan sumbangan efektif sebesar 49,9% terhadap *happiness at work*.

Kata kunci: *Perceived Organizational Support*, *Happiness at Work*, karyawan generasi Y, PT. Telkomsel Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Organisasi adalah suatu unit sosial yang terdiri dari dua orang atau lebih, terkoordinir dengan jelas, dan memiliki serangkaian tujuan bersama (Robbins & Judge, 2008). Ketika perusahaan ingin mencapai tujuan tersebut, maka perusahaan membutuhkan kualitas karyawan yang optimal. Karyawan merupakan salah satu elemen penting dalam keberlangsungan aktivitas perusahaan. Keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan bergantung pada karyawan dalam melaksanakan pekerjaan (Robbins & Judge, 2015). Maka dari itu, untuk mencapai tujuan organisasi yang maksimal, karyawan dilibatkan dalam pembuatan aturan, dan perencanaan tujuan organisasi. Karyawan yang terlibat dalam pembuatan aturan, perencanaan tujuan, pengambilan keputusan organisasi akan merasa telah menjadi bagian dari perusahaan dan merasa lebih terikat dengan pekerjaan atau organisasi (Mujiasih, 2015).

PT. Telekomunikasi Selular (PT. Telkomsel) sebagai organisasi profit di bidang telekomunikasi berharap setiap karyawan dapat berkontribusi untuk menghasilkan produk, dan memasarkannya dengan maksimal. Adapun visi PT. Telkomsel adalah menjadi penyedia layanan dan solusi *mobile digital lifestyle* kelas dunia yang terpercaya, sedangkan misi PT. Telkomsel adalah memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pengguna, memberikan nilai

tambah kepada para pemegang saham, serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

Karyawan yang bekerja pada organisasi profit akan ditargetkan untuk selalu memenuhi target organisasi yang berkaitan dengan pencapaian misi perusahaan. Salah satu target umum untuk perusahaan telekomunikasi adalah kehadiran 5G di Indonesia. Menurut Joe Marsella (dalam Ismail, 2016), *chief technology officer* EMEA di Ciena, tren telekomunikasi 2017 salah satunya adalah kehadiran 5G. Sampai saat ini Indonesia masih berada dalam jangkauan 4G, itu pun tidak semua masyarakat Indonesia menggunakan 4G. Situs sinyaltech.com, mengatakan bahwa jaringan 4G di Indonesia masih berada di kota-kota besar. Banyaknya masyarakat Indonesia yang masih menggunakan 2G dan 3G mengakibatkan susahya 4G berkembang di Indonesia (Wiwoho, 2016).

Di samping target umum di atas, PT. Telkomsel memiliki target utama yaitu mengubah *Telco* menjadi *Digital Company*. Perubahan yang dimaksud adalah mengubah target *voice and message* melalui pembelian pulsa menjadi target digital melalui pembelian data dan kuota internet dengan aplikasi T-Cash yang saat ini sudah bisa digunakan oleh pelanggan Telkomsel. Strategi bisnis di PT. Telkomsel pun juga berubah, saat ini PT. Telkomsel mengubah target yang semula berusaha mendapatkan pelanggan baru menjadi bagaimana mempertahankan pelanggan tersebut agar tetap setia dengan Telkomsel. Selain itu, untuk mencapai target tersebut, setiap karyawan dituntut untuk memiliki kompetensi yang sesuai dengan strategi bisnis Telkomsel yaitu GO BEYOND (*Global mindset, Own your*

customer, Business savvy, Execution focus, Youthfull thinking, Out of the box, Networking, Data driven).

Adanya target umum dan target khusus tersebut, maka dari itu tugas untuk karyawan PT. Telkomsel harus mampu menyebarluaskan, menarik minat masyarakat untuk menggunakan 4G, dan membuat terobosan baru dengan menghadirkan 5G di Indonesia. Untuk mampu mencapai target-target PT. Telkomsel itu sendiri, PT. Telkomsel harus menyiapkan atau menciptakan karyawan dalam kinerja yang baik, yaitu karyawan yang mampu bertanggungjawab, rajin, disiplin, dan memiliki semangat dalam bekerja. Untuk menciptakan karyawan dengan kinerja yang baik, perusahaan harus membuat antar karyawan dapat bekerjasama, dan perusahaan harus memahami perbedaan karakteristik antar karyawan yang dapat dilihat dari usia karyawan.

Rentang usia produktif menurut Badan Pusat Statistik (BPS) adalah usia 15 tahun sampai 64 tahun, yang mana usia produktif tersebut pada tahun 2018 mencakup tiga generasi, yaitu generasi *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y. Definisi generasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2009) adalah sekelompok orang yang diidentifikasi berdasarkan tahun lahir, ataupun keturunan. Menurut Tapscott (2009) generasi *baby boomers* lahir pada tahun 1946-1964, generasi X lahir pada tahun 1965-1976, dan generasi Y lahir pada tahun 1977-1997. Dengan demikian generasi *baby boomers* pada tahun 2018 berusia 54-72 tahun, generasi X berusia 42-53 tahun dan generasi Y berusia 21-41 tahun.

Menurut Presiden Joko Widodo mengatakan bahwa Indonesia pada tahun 2020-2030 diprediksi akan mengalami bonus demografi. Bonus demografi adalah

jumlah angkatan usia kerja dengan usia 15-64 tahun mencapai 70% dari total penduduk Indonesia (Kumparan, 2017). Annisa (2017) menyampaikan bahwa 32% dari angkatan usia kerja didominasi oleh generasi Y dengan rentang usia 21-41 tahun. Kesempatan bonus demografi ini harus dimanfaatkan semaksimal mungkin karena dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat, dan meringankan beban negara pada ekonomi masyarakat. Namun, apabila kesempatan bonus demografi ini tidak dimanfaatkan secara maksimal maka dapat menjadi ancaman bagi Indonesia, seperti meningkatnya pengangguran. *World Economic Forum* yang diselenggarakan pada tahun 2015 dan hasil riset yang dilakukan Google dan Temasek memprediksi bahwa Indonesia akan menjadi pasar digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020 (Rahayu, 2017; Herman, 2016) karena pengguna internet di Indonesia sebelum tahun 2020 diperkirakan mencapai 215.000.000 (Herman, 2016).

Berdasarkan data tersebut, untuk mengoptimalkan kesempatan bonus demografi tersebut PT. Telkomsel membutuhkan pengelolaan karyawan dengan baik, menggali kemampuan diri khususnya pada karyawan generasi Y agar lebih optimal dalam mencapai tujuan perusahaan dan menjadikan Indonesia sebagai pasar digital terbesar di Asia Tenggara sesuai dengan visi dan misi PT. Telkomsel.

Barford dan Hester (2011) mengatakan setiap generasi memiliki karakteristik yang berbeda sesuai peristiwa umum pada saat tahun kelahiran. Generasi Y dikatakan sebagai generasi yang kehidupannya diselimuti oleh era digital, era internet, dimana segala sesuatu yang dibutuhkan atau dicari tersedia di internet, maka dari itu generasi Y juga disebut sebagai *net generation* (Tapscott,

2009). Terdapat delapan karakteristik generasi Y (Tapscott, 2009) yaitu 1) ingin memiliki kebebasan; generasi Y mementingkan kebebasan dalam kehidupan, seperti menginginkan kebebasan untuk memilih dimana dan kapan untuk bekerja, suka mengombinasikan antara bekerja dan kehidupan sosialnya, dan menyukai jam kerja fleksibel. 2) Beradaptasi dengan cara mengubah berbagai hal sesuai dengan dirinya. 3) Cermat; generasi Y merupakan generasi yang perhatian, kritis, dan reaktif tentang apa yang terjadi di lingkungan sekitar. 4) Integritas; senang berkumpul dan peduli dengan sesama. 5) Senang berkolaborasi; seperti senang berdiskusi, ingin opininya dipertimbangkan, dan pola komunikasi terbuka. 6) Senang terhadap hiburan; generasi Y menginginkan bekerja seperti tempat bermain, dan menyukai perasaan senang di tempat kerja. 7) Cepat; karena generasi Y hidup di era internet yang serba mudah dan cepat, hal itu mempengaruhi pola pikir dan pola komunikasi yang cepat dan instan. 8) Senang membuat inovasi; generasi Y suka membuat sesuatu agar dapat beraktivitas dengan cepat dan mudah.

Karakteristik generasi Y menurut Cran (2014) adalah konsumerisme, mementingkan bersenang-senang, dan memiliki rasa kemanusiaan yang tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahawa generasi Y juga mementingkan *work life balance*, generasi Y tidak menginginkan bekerja terus menerus tetapi juga mementingkan hubungan mereka dengan teman dan keluarga (Uba et al., 2012). Selain itu, karakteristik generasi Y adalah cepat bosan, tidak sabar, dan memiliki sifat adiktif terhadap *gadget* (Oktariani, Hubeis & Sukandar, 2017). Karakter generasi Y di tempat kerja berbeda dengan karakter generasi X di tempat kerja. Karakter generasi X di tempat kerja adalah senang memiliki otoritas yang tinggi,

senang bekerja dalam tim, membutuhkan kondisi kerja yang tenang, menganggap bonus dan gaji sebagai tanda prestasi kerja, mengikuti alur perusahaan, serta takut terhadap perubahan kaitannya dengan teknologi (Oktariani, Hubeis & Sukandar, 2017).

Usia generasi Y yang terdiri dari 21-41 tahun pada tahun 2018, menurut Papalia, Olds dan Feldman (2009) berada pada posisi dewasa awal dan dewasa madya, dimana tugas perkembangan dewasa awal adalah mulai menentukan dan memasuki dunia kerja, bertanggungjawab pada diri sendiri, dan mengembangkan hubungan sosial, sedangkan tugas perkembangan dewasa madya adalah menginginkan jam kerja fleksibel, menginginkan kebebasan, dan berpikir lebih fleksibel. Hal ini sesuai dengan karakteristik generasi Y yaitu senang berdiskusi, mementingkan hubungan sosial, menginginkan kebebasan dalam bekerja (Tapscott, 2009). Namun, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Keser (2016) menyatakan bahwa tingkat kebahagiaan karyawan generasi Y lebih rendah dibandingkan dengan generasi X dan generasi *baby boomers* yang disebabkan oleh pemberian gaji yang tidak sesuai dengan keinginan, beban kerja yang tinggi, dan rendahnya dukungan organisasi.

Kebahagiaan adalah hal yang paling utama dikejar oleh semua orang (Fisher, 2010). Dalam dua dekade terakhir, *happiness at work* menjadi hal yang menarik bagi organisasi (David, Boniwell, & Ayers, dalam Stoia, 2015). *Happiness at work* dapat melihat seberapa besar kepuasan kerja dan kepuasan hidup karyawan (Stoia, 2015). Namun, Fisher (2010) berpendapat bahwa *happiness at work* tidak hanya mengenai kepuasan kerja, tetapi juga meliputi keterkaitan kerja, komitmen

organisasi, dan kestabilan perilaku karyawan baik secara individual maupun kelompok. *Happiness at work* adalah perasaan positif yang dirasakan individu tentang lingkungan kerja (Wesarat, Sharif, & Majid, 2015), sehingga individu tersebut merespon dan menikmati pekerjaan yang dilakukan (Chaiprasit & Santidhirakul, 2011). *Happiness at work* adalah ketika seseorang menyukai pekerjaan dan menyukai apa yang dikerjakan di tempat kerja (Stoia, 2015). *Happiness at work* akan menghasilkan perilaku organisasi yang baik, yang mana dapat menuntun pada keefektifan dan mencapai tujuan organisasi (Chaiprasit & Santidhirakul, 2011).

Terdapat lima faktor yang mempengaruhi *happiness at work* menurut Maenapothi (dalam Chaiprasit & Santidhirakul, 2011) yaitu 1) Inspirasi kerja; karyawan puas dalam mengerjakan tugas, serta mampu untuk mencapai tujuan. 2) Nilai perusahaan; termasuk perilaku dan kultur organisasi. 3) Hubungan; interaksi, kelekatan grup, menerima sesama karyawan. 4) Kualitas kehidupan kerja; lingkungan kerja, partisipasi karyawan, dan pekerjaan yang manusiawi. Hal tersebut dapat menuntun pada level tertinggi keefektifan. 5) Kepemimpinan; pemimpin dapat menciptakan kebahagiaan dalam bekerja dengan memberikan motivasi, kepedulian, dan dedikasi pada bawahannya.

Berdasarkan hasil wawancara penggalan data awal kepada beberapa karyawan PT. Telkomsel Jakarta, saat ini PT. Telkomsel sedang gencar mengkampanyekan *happiness at work*, karena PT. Telkomsel menyadari pentingnya membuat karyawan merasa bahagia di tempat kerja. PT. Telkomsel menginginkan suasana kerja yang menyenangkan, nyaman, dan santai namun tetap

dapat bekerja dengan baik serta mampu mencapai target perusahaan. Cara yang dilakukan PT. Telkomsel Jakarta dalam menumbuhkan *happiness at work* pada karyawan adalah dengan mengadakan program *Work Class Balance* sejak tahun 2015, materi dari program ini adalah berbagi pengalaman dan berdiskusi kaitannya dengan non-pekerjaan seperti olahraga, hobi, pertemuan keluarga, dan *health day*. Selain *Work Class Balance*, PT. Telkomsel Jakarta membuat program *Team Building*. Respon karyawan terhadap program-program tersebut cenderung kurang memuaskan, karena karyawan lebih tertarik untuk menghadiri program yang dibuat per tim dibandingkan program yang dibuat oleh manajemen, dan biasanya karyawan yang hadir sekitar 50% dari total karyawan yang diundang, hal ini dikarenakan banyaknya pekerjaan sehingga karyawan enggan meninggalkan pekerjaan tersebut untuk hadir dalam program-program yang dibuat. Hal ini dapat dijadikan pertimbangan untuk manajemen dan karyawan Telkomsel untuk lebih memerhatikan kualitas kehidupan kerja sehingga dapat membuat karyawan lebih produktif, merasa puas dengan pekerjaan, dan menjalin hubungan yang baik dengan rekan kerja. Jika hal ini diabaikan akan membuat karyawan merasa bosan dengan pekerjaan dan meningkatkan intensi *turn over*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sharifzadeh dan Almaraz (2014) menyatakan bahwa karyawan yang bahagia dapat meningkatkan produktivitas dalam bekerja.

Salah satu faktor dalam menumbuhkan *happiness at work* adalah kualitas kehidupan kerja (Maenapothi, dalam Chaiprasit & Santidhirakul, 2011). Lingkungan kerja yang nyaman, hubungan sesama rekan kerja yang baik, dan beban kerja yang tidak terlalu tinggi akan menciptakan kualitas kehidupan kerja yang

baik. Dimana kualitas kehidupan kerja tersebut dipengaruhi oleh *perceived organizational support* (Sardju, 2016; Ariefamuda, 2018).

Perceived organizational support adalah keyakinan individu yang menganggap organisasi menghargai kontribusi dan peduli pada kesejahteraan karyawan (Rhoades & Eisenberger, 2002). Sedangkan menurut Robbins dan Judge (2015) *perceived organizational support* adalah keyakinan karyawan tentang organisasi memberikan kesejahteraan dan menilai atau menghargai hasil pekerjaan karyawan. *Perceived organizational support* mampu mempengaruhi kesejahteraan individu (Baran, Rhoades, & Miller, dalam Caesens & Stinglhamber, 2014), dapat mengembangkan sikap positif pada karyawan (Kurtessis et al., 2015), dan menciptakan perasaan senang pada karyawan ketika bekerja (Rhoades & Eisenberger, 2002).

Perceived organizational support tercipta dari bantuan yang diterima karyawan ketika menghadapi kesulitan, dan berdiskusi bersama. Hal ini sejalan dengan karakteristik generasi Y yaitu senang berkumpul, memiliki rasa kemanusiaan yang tinggi (Cran, 2014), senang berinteraksi dan berdiskusi (Oktariani, Hubeis & Sukandar, 2017). Selain itu *perceived organizational support* mampu menciptakan suasana positif atau *happiness at work*. Hal ini juga sejalan dengan karakteristik generasi Y yaitu mementingkan perasaan bersenang-senang, contohnya menginginkan suasana bekerja seperti tempat bermain, dan mengombinasikan bekerja dengan kehidupan sosial (Tapscott, 2009).

Berdasarkan pemaparan di atas, berbagai macam bentuk *perceived organizational support* yang diterima karyawan akan menimbulkan *happiness at*

work. Maka dari itu, *perceived organizational support* mampu mendukung terciptanya *happiness at work*.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian tertarik untuk meneliti keterkaitan *perceived organizational support* dan *happiness at work* pada karyawan generasi Y PT. Telkomsel Jakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah apakah ada keterkaitan *perceived organizational support* dan *happiness at work* pada karyawan generasi Y PT. Telkomsel Jakarta.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan *perceived organizational support* dan *happiness at work* pada karyawan generasi Y PT. Telkomsel Jakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu psikologi pada umumnya, khususnya psikologi industri organisasi, dalam hal *perceived organizational support* dan *happiness at work*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Karyawan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang *perceived organizational support* dan *happiness at work* sehingga dapat

membantu karyawan mengembangkan rasa kemanusiaan yang tinggi di tempat kerja dan mampu menumbuhkan suasana senang dalam bekerja.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai *perceived organizational support* dan *happiness at work*, sehingga dapat menjadi masukan dan pertimbangan pihak perusahaan untuk meningkatkan *happiness at work* melalui *perceived organizational support*.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *perceived organizational support* ataupun *happiness at work*.