BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era yang sedang berkembang membawa pengaruh terhadap seluruh sektor kehidupan. Mulai dari Manufaktur, Wisata, Ekonomi, Transportasi, Sosial, dan Pangan. Fenomena ini terjadi dan memberikan efek kepada organisasi yang berkembang seperti contohnya bisnis kecantikan terutama sejak *pandemic* yang membuat banyak orang menghabiskan waktu dirumah sehingga membuat tren untuk merawat kesehatan dan kecantikan kulit meningkat. Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) kuartal I-2020 yang dikutip dari (Databoks, 2021) mengatakan bahwa industri kimia, farmasi dan obat tradisional termasuk *cosmetic* mengalami perkembangan sebesar 5,59% dan di proyeksikan pada tahun 2021 bertumbuh sebesar 7%.

Gambar 1.1 Penjualan Kosmetik di Indonesia

(Tirto.id, 2019)

https://tirto.id/di-balik-tren-masuknya-para-artis-ke-industri-kosmetik-ecFW

Didukung dari gambar 1.1 diatas, data peningkatan penjualan *cosmetic* di Indonesia yang dikutip dari *website* tirto.id (2019) bahwa kenaikan penjualan terjadi secara terus menerus dari tahun 2012 tercatat sebesar 1,029 miliar dolar US, pada tahun 2017 meningkat menjadi sebesar 1,372 dolar US dan pada tahun 2021 meningkat menjadi 1.770 dolar US. Diprediksi pada tahun 2023 akan mengalami peningkatan menjadi 2.007 dolar US. Dalam meningkatnya permintaan produk cosmetic akan memprediksikan bahwa Indonesia memiliki pasar yang besar kedepannya.

Dikarenakan banyak toko di pusat pembelanjaan tutup saat pandemic berangsung menyebabkan gaya belanja konsumen menjadi berubah dari *offline* menjadi *online*. Dikutip dari data reportal oleh (Kemp info, 2021) didukung dengan meningkatnya tingkat penggunaan internet di Indonesia dengan penambahan 15.5% saat 2021 dibandingkan tahun 2020 lalu. Hal ini juga meyebabkan pertumbuhan pembelanjaan di industri *fashion & beauty* meningkat hingga 50,7% di *e-commerce*, termasuk dalam kategori *e-commerce* tertinggi tahun 2019 dan 2020.

Dalam sebuah organisasi, memilih sumber daya manusia yang berkualitas dan sesuai pada era ini bukanlah hal yang mudah. Menurut BPS, penduduk produktif tahun 2019 dicatat laki-laki sebesar 67,57% banding 100% dan perempuan sebesar 67,58% banding 100% (BPS, 2019). Artinya penduduk Indonesia bermayoritas umur produktif, dapat dikatakan bahwa pekerja aktif di dalam lingkungan kerja saat ini adalah kaum generasi Milenial. Maka dari itu, pentingnya peran seorang

pemimpin untuk membantu merumuskan strategi bisnis yang diperlukan terutama dalam persaingan. Ditandai dengan cepatnya perubahan konsep dalam industri konvensional, perusahaan Indonesia didorong untuk memaksimalkan kreativitas dan potensi yang dimiliki.

Menurut teori yang ditulis oleh Howe & Strauss pada tahun (2000) dikatakan bahwa Generasi milenial adalah orang – orang yang lahir dalam rentang tahun 1982 hingga tahun 2004 yaitu berada di usia 17-39 tahun. Banyak sekali orang yang masih melakukan eksplorasi terhadap pengalaman karir dan mencari standar hidup yang diinginkan. Survei Sosial Ekonomi Nasional yang dikutip oleh Deloitte Indonesia dan di tulis oleh Imelda (2019) mengatakan bahwa jumlah milenial pada tahun 2017 sebesar 33,75% atau 88 juta dari penduduk Indonesia. Sedangkan jumlah generasi Z berjumlah 29,23%, generasi X berjumlah 25,74% dan generasi *Baby Boomers* berjumlah 17411,27%. Banyaknya jumlah generasi milenial dapat menjadi kunci ataupun peluang bagi bangsa Indonesia pada saat ini hingga masa depan. Karyawan kaum milenial berharap dapat melakukan komunikasi dengan atasannya dengan cara komunikasi yang sesuai dengan mereka dan berdiskusi mengenai hal yang tidak berkaitan dengan pekerjaan.

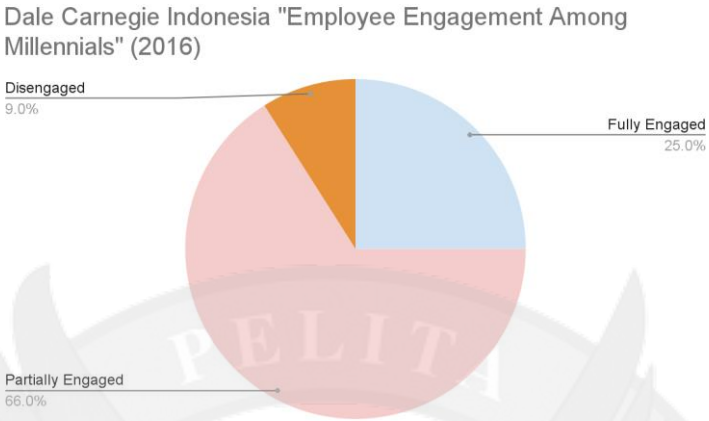
Gambar 1.2 Grafik *Global Employee Engagent Rate* 2008-2021

(Kincentric, 2020)

https://www.kincentric.com/insights/2020-trends-in-global-employee-engagement

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dikatakan bahwa secara global, tingkat engagement rate tidak stabil dikarenakan mengalami penurunan dan peningkatan. Kenaikan yang terjadi juga tidak signifikan dan persentasenya hanya naik sedikit dari tahun 2016 hingga 2020. Setap tahunnya hanya naik atau turun kurang lebih 1-3% per tahunnya. Dari data diatas, membuktikan bahwa secara global, perushaan belum tepat dalam mengelola *employee engagement*. Menurut (*Director Career Service Mercer* Indonesia Isdar Marwan, 2019) program employee engagement di Indonesia masih tergolong cukup baru, sehingga di Indonesia belum banyak informasi yang dapat mendukung.

Penelitian mengenai milenial dilakukan pada tahun 2016 oleh Joshua Siregar selaku Director National Marketing di Dale Carnegie Indonesia. Studi penelitian mengenai "*Employee Engagement Among Millennials"* meneliti lebih dari 1.200 pekerja di kota besar yaitu, Jakarta, Surabaya, Makassar, Bandung, Balikpapan dan medan. Hasil dari penelitian, menghasilkan data sebagai berikut :



Gambar 1.3 Survei *Engagement Among Millennials* Oleh Dale Carnegie Pada Negara Indonesia Tahun 2016

(Carnegie , 2017)

Hal ini menjadi sebuah kekhawatiran jika akhirnya kondisi keterlibatan kaum milenial terus seperti data yang dikeluarkan oleh Dale Carnegie pada tahun 2017. Bahkan menurut data survei yang dilakukan, hanya 1 di antara 4 kaum millennial yang engaged. 64% diantaranya terlibat sepenuhnya memiliki kemungkinan untuk bertahan setidaknya 1 tahun kedepan. Namun 60% kaum milenial akan mengundurkan diri jika mereka merasa *disengaged*. Ketika seorang karyawan setia kepada organisasinya dan memiliki keinginan untuk bertahan lebih lama maka ia akan cenderung *engaged*. Tetapi kepada karyawan yang *partially engaged* hanya berfokus pada tugas yang asal selesai saja bukan kepada hasil dan output. Dan kepada karyawan yang *disengaged* akan berpengaruh negatif pada organisasi dan lingkungannya karena menampakan ketidakpercayaan kepada organisasi.

Pada abad ke 21 segala sesuatu relatif lebih mudah dan cepat, ekspektasi juga mengalami banyak perubahan. Umumnya pekerja ingin mendapatkan gaji yang adil, tunjangan yang baik, pekerjaan tetap. Namun saat ini, para pekerja pada era 20 menurut penelitian yang dilakukan oleh perusahaan Mercer bahwa karyawan ingin disediakan bayaran khusus sesuai dengan kemampuan pekerja, tunjangan, pertukaran pekerjaan untuk komitmen seumur hidup dari karyawan. Pekerja ingin mencari makna, tujuan, dan dampak yang mendalam. Sekaligus mereka juga menginginkan pekerjaan yang membantu mereka tumbuh, berkembang, dan memperluas kemampuan mereka secara mendalam.

Pekerja juga ingin didalam organisasi yang mengelola kesehatan pribadi, kesejahteraan finansial secara keseluruhan. Tren talenta secara global 2020-2021 menurut Mercer memiliki 4 prioritas utama yaitu antara lain: Berfokus pada masa depan artinya memastikan seluruh orang sejahtera. Yang kedua yaitu berpacu untuk melatih kemampuan baru artinya mengubah tenaga kerja untuk perekonomian dunia baru. Yang ketiga adalah dengan sains yaitu menambah AI pada intuisi manusia. Dan yang terakhir adalah memperkuat pengalaman artinya menginspirasi dan memperkuat karyawan dengan merancang pengalaman kerja.

Hal ini juga menjadi tantangan bagi pemilik perusahaan untuk memiliki sumber daya yang berkualitas ataupun melakukan ekspansi jumlah tim lebih besar. Dapat dikatakan bahwa adanya perkembangan bisnis juga akan menyebabkan

sebuah organisasi menjadi berkembang ataupun malah menjadi gagal. Kunci utama kesuksesan berjalannya bisnis startup adalah pada pemimpin perusahaan itu sendiri.

Dalam bekerja maupun berorganisasi, seorang pemimpin sangat berpengaruh untuk mendorong proses maupun *Output* seseorang. Cara dan gaya seorang pemimpin juga menjadi salah satu faktor seseorang ingin bekerja di bawah kepemimpinannya. Kaum milenial lebih menginginkan sosok yang kreatif, energic, supel inovatif, cepat, instan serta bersentuhan dengan teknologi informasi dan komunikasi. Kaum milenial lebih suka dengan pemimpin yang kekinian, membawa suatu pengetahuan yang baru serta menjauhi hal-hal yang berbau jadul. Era yang baru ini, mereka lebih dekat dengan dunia digital, maka seluruh program kerja mereka juga membutuhkan peralatan digital, media sosial, dan media online. Seluruh pekerjaan, program, kegiatan, sosialisasi, kampanye dan Platform pemimpin harus memanfaatkan media online. Maka dari itu, kunci untuk menarik hati kaum milenial adalah dengan menggunakan *Platform* online. Generasi milenial memiliki banyak sekali potensi kepemimpinan yang prospektif. Maka itu, penulis tertarik untuk membahas mengenai pengaruh gaya kepemimpinan, bahasa yang memotivasi dan keterlibatan generasi milenial di era revolusi industri 4.0.

Di dalam kehidupan manusia adalah makhluk sosial dan perlu untuk melakukan komunikasi dengan sesamanya untuk menerima dan memberikan informasi yang dibutuhkan. Sehingga komunikasi adalah penghubung seluruh rangkaian interaksi sosial karena komunikasi erat dengan kehidupan manusia. Komunikasi dalam

organisasi juga menjadi point utama penting untuk pemberdayaan dalam organisasi dan menjalin hubungan antar anggota untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi juga berguna untuk melakukan koordinasi, memberikan dampak untuk meningkatkan motivasi kerja dalam organisasi. Namun dalam pembagian pemberian tugas, masih banyak pemimpin yang belum jelas dalam memberikan arahan kepada masing-masing anggota sehingga membuat anggota tidak termotivasi yang akhirnya membuat output kerja yang tidak maksimal. Untuk pengembangan dan pencapaian organisasi dapat terjadi secara maksimal perlu juga untuk mengembangkan komunikasi antar anggota.

Leadership adalah proses memfasilitasi dan mempengaruhi pengikutnya dalam mencapai tujuan bersama. Seorang pemimpin harus mengerti apa dan bagaimana melakukannya. Gaya, perilaku dan sifat adalah faktor yang akan mempengaruhi efektivitas dari seorang pemimpin. Peran karyawan juga sangat besar dalam keunggulan kompetitif, finansial dan kesuksesan jangka Panjang. Namun jika karyawan tidak terlibat juga akan menyebabkan kerugian dalam perusahaan. Maka dari itu, gaya kepemimpinan seseorang dalam memimpin menjadi dasar untuk keberlangsungan sebuah kesuksesan dalam organisasi ataupun perusahaan. (Darue *et al*., 2011)

Motivasi kerja bagi setiap anggota juga sangat diperlukan dalam pencapaian tujuan karena hal tersebut akan berpengaruh pada kualitas pencapaian dari organisasi. Tetapi seringkali tujuan organisasi terhambat dikarenakan sering terjadi permasalahan yang berkaitan dengan motivasi kerja. Motivasi menurut Hasibuan

(2010) mengartikan motivasi sebagai perangsang keinginan dan penggerak keinginan bekerja seseorang dikarenakan memiliki motif keinginan yang dicapai. Maka semakin kuat motivasi seseorang akan memberikan dorongan usaha untuk mencapai tujuan lebih besar. Maka seorang pemimpin yang dapat memberikan motivasi secara tepat kepada anggotanya akan memberikan dorongan dan pemberdayaan dalam pekerjaan yang dilakukannya sehingga memberikan output yang baik. dalam penulisan ini, penulis ingin melakukan riset mengenai gaya kepemimpinan serta bahasa motivasi dan keterlibatan pada kaum milenial 4.0. penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah ruang lingkup dan cara kerja kaum milenial dipengaruhi oleh bahasa motivasi dan gaya kepemimpinan yang menghasilkan keterlibatan kerjanya.

Pengaruh keterlibatan karyawan dan pendorong kinerja menjadi kekhawatiran pemimpin/CEO. Tetapi justru pemimpin dapat menggunakan pendekatan yang benar sebagai alat untuk meningkatkan kinerja dan mendorong peningkatan. Dengan fokus untuk pengembangan melalui teknologi dan transformasi pada strategi pemimpin, budaya dan mendorong serta mendukung perubahan positif. Setiap generasi memiliki level atau tingkat *engagement* yang berbeda-beda yang disebabkan oleh perbedaan *work ethic*, budaya kerja, lingkungan dan pengalaman. Maka dari itu pemimpin setiap generasi juga harus memberikan perubahan dengan menggunakan pendekatan yang tepat kepada keseluruhan organisasinya agar dapat *engaged* secara signifikan terhadap *performance, productivity* dan *profitability*.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang ditulis, maka pertanyaan dari penelitian ini antara lain:

1. Apakah *Servant Leadership Style* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement?*
2. Apakah *Transformational Leadership Style* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement?*
3. Apakah *Servant Leadership Style* memiliki pengaruh positif terhadap *Direction-Giving Language?*
4. Apakah *Servant Leadership Style* memiliki pengaruh positif terhadap *Empathetic Language?*
5. Apakah *Servant Leadership Style* memiliki pengaruh positif terhadap *Meaning-Making Language?*
6. Apakah *Transformational Leadership Style* memiliki pengaruh positif terhadap *Direction-Giving Language?*
7. Apakah *Transformational Leadership Style* memiliki pengaruh positif terhadap *Empathetic Language?*
8. Apakah *Transformational Leadership Style* memiliki pengaruh positif terhadap *Meaning-Making Language?*
9. Apakah *Direction-Giving Language* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement?*
10. Apakah *Emphatic Language* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement?*

11. Apakah *Meaning-Making Language* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement?*

12. Apakah *Direction Giving Language* memediasi pengaruh positif antara *Servant Leadership* dan *Work Engagement?*

13. Apakah *Empathetic Language* memediasi pengaruh positif antara *Servant Leadership* dan *Work Engagement?*

14. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Meaning Making Language* memediasi pengaruh positif antara *Servant Leadership* dan *Work Engagement?*

15. Apakah *Direction Giving Language* memediasi pengaruh positif antara *Transformational Leadership* dan *Work Engagement?*

16. Apakah *Empathetic Language* memediasi pengaruh positif antara *Transformational Leadership* dan *Work Engagement?*

17. Apakah *Meaning Making Language* memediasi pengaruh positif antara *Transformational Leadership* dan *Work Engagement?*

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian dilakukan adalah untuk:

1. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Servant Leadership Style* terhadap *Work Engagement*.
2. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Transformational Leadership Style* terhadap *Work Engagement*.
3. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Servant Leadership Style* terhadap *Direction-Giving Language*.
4. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Servant Leadership Style* terhadap *Empathetic Language*.
5. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Servant Leadership Style* terhadap *Meaning-Making Language*.
6. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Transformational Leadership Style* terhadap *Direction-Giving Language*.
7. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Transformational Leadership Style* terhadap *Empathetic Language*.
8. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Transformational Leadership Style* terhadap *Meaning-Making Language*.
9. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Direction-Giving Language* terhadap *Work Engagement*.
10. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Empathetic Language* terhadap *Work Engagement*.

11. Peneliti ingin mengetahui pengaruh positif *Meaning-Making Language* terhadap *Work Engagement*.

12. Peneliti ingin mengetahui *Direction Giving Language* memediasi antara *Servant Leadership* dan *Work Engagement*.

13. Peneliti ingin mengetahui *Empathetic Language* memediasi antara *Servant Leadership* dan *Work Engagement*.

14. Peneliti ingin mengetahui *Meaning Making Language* antara *Servant Leadership* dan *Work Engagement*.

15. Peneliti ingin mengetahui *Direction Giving Language* memediasi pengaruh positif antara *Transformational Leadership* dan *Work Engagement*.

16. Peneliti ingin mengetahui *Empathetic Language* memediasi pengaruh positif antara *Transformational Leadership* dan *Work Engagement*.

17. Peneliti ingin mengetahui *Meaning Making Language* memediasi pengaruh positif antara *Transformational Leadership* dan *Work Engagement*.