

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi telah menggiring masyarakat masuk ke dalam era digital yang membawa banyak perubahan dalam segala aspek kehidupan. Dalam bidang pekerjaan, salah satu efek yang dapat dirasakan berkat perkembangan teknologi dan internet adalah dengan munculnya kebebasan karyawan untuk memilih tempat kerja. Belakangan ini, muncul konsep '*remote working*' yang artinya karyawan melakukan pekerjaannya di luar tempat kerja dengan menggunakan berbagai teknologi komunikasi dan informasi (Viktorovich et al., 2020). Pada awal tahun 2020, atau lebih tepatnya saat dimulainya era pandemi COVID-19, kegiatan *remote working* semakin marak diterapkan oleh berbagai perusahaan (Wang et al., 2021). Ditemukan bahwa kegiatan *remote working* membawa efek-efek positif, seperti penghematan waktu, biaya transportasi, dan juga sumber daya operasional kantor (Barbuto et al., 2020; Thulin et al., 2020)

Sayangnya, *remote working* mendukung terbentuknya jam kerja yang fleksibel (Grant et al., 2013). Kegiatan tersebut memiliki kecenderungan untuk mengaburkan batas antara kehidupan pribadi dan pekerjaan karena masalah konsentrasi dan efektivitas kerja (Elagina, 2020). Apalagi, dengan berkembangnya nilai kerja dari sistem ekonomi kapitalisme yang bertujuan untuk memperluas akumulasi dan perluasan modal yang sebesar-besarnya. Sistem ini dikatakan memiliki aspek kemoralan dan kemanusiaan yang lemah (Kamil, 2016). Oleh

karena itu, sistem ekonomi kapitalisme menciptakan sebuah fenomena ‘eksploitasi manusia’. Dalam hal ini, keberhasilan dalam pekerjaan menjadi semakin penting. Apalagi di dunia hiperkompetitif seperti sekarang, yang selalu mengedepankan aspek kecepatan (D’Aveni et al., 2010; Eisenhardt, 1989). Kecepatan produksi, arus informasi, dan pergerakan modal melalui sistem komersial dan keuangan dengan sistem kapitalisme telah menjadi hal yang lazim.

Realitas di masa ini dapat disebut sebagai ‘era dromologi’ atau adanya dominasi logika dan obsesi akan kecepatan (Virilio, 1986). Dromologi yang asal katanya adalah dari kata Yunani, ‘dromos’ artinya berlari cepat dan ‘logos’ artinya pengetahuan. Singkatnya, dromologi mengacu pada pemikiran yang didorong oleh prinsip kecepatan. Pepatah dengan makna dromologi adalah ‘siapa yang cepat, dia yang menang’. Siapa pun yang menang adalah yang berhak berkuasa. Siapa yang terlambat, akan tertinggal dan mengalami kerugian. Menurut Virilio, logika dromologi mengatur sebagian besar aspek masyarakat era postmodern, seperti produksi, konsumsi, politik, media, teknologi, gaya hidup, dan banyak lagi. Arus perubahan yang sangat cepat ini menciptakan suatu kondisi dunia yang membuat manusia terkesan tidak dapat beristirahat.

Di era inovasi teknologi komputer dan komunikasi, manusia dituntut untuk meningkatkan kemampuannya dalam menghasilkan, mendistribusikan, dan mengonsumsi informasi dalam jumlah besar lewat berbagai media (Yanti & Yusnaini, 2018). Salah satu contoh hasil dari dunia yang dituntut untuk menjadi serba cepat adalah internet. Penggunaan internet secara luas ini mendukung perusahaan *startup* berbasis *online* atau digital yang sekarang mulai *booming* atau

marak di Indonesia. Dalam lingkup area Asia Tenggara, Indonesia menduduki urutan pertama sebagai negara dengan *startup* terbanyak. Tercatat bahwa Indonesia bahkan memiliki 2.344 perusahaan (Angelia, 2022). Angka tersebut tergolong tinggi jika dibandingkan dengan Singapura di urutan kedua yang jumlahnya hanya mencapai 1.012 perusahaan.



Gambar 1.1
Jumlah *Startup* Negara-Negara di Asia Tenggara
Sumber: GoodStats (2022)

Perlu diingat bahwa *startup* bukanlah versi ‘kecil’ dari perusahaan korporat besar (Blank & Dorf, 2012). Mereka memiliki budaya perusahaan dan ekosistem sendiri yang disebut ‘*startup culture*’ dan ‘*startup ecosystem*’ (Tripathi et al., 2019). Menurut Avital & Te’eni (2009), budaya perusahaan *startup* memiliki beberapa karakteristik yang erat hubungannya dengan kreativitas, inovasi, dan pengembangan diri. *Startup culture* cenderung bersifat informal dan

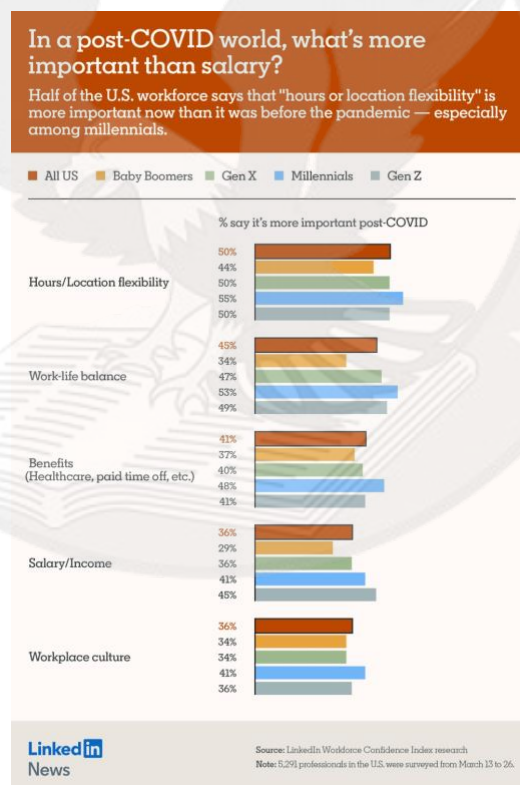
menyenangkan (Hyrkäs, 2016). Hal-hal tersebut membuat perusahaan *startup* diminati oleh generasi muda, karena memiliki lingkungan kerja yang aturannya tidak kaku, seperti aturan berpakaian yang bebas dan memiliki kelonggaran dalam regulasi jam kerja karena cenderung menggunakan sistem kerja *remote working* (Ries, 2011).

Meskipun begitu, perusahaan *startup* seringkali memiliki sumber daya yang terbatas dan lebih fokus pada kecepatan distribusi produk. Semua hal dikerjakan secara cepat dengan melakukan beberapa jenis pekerjaan pada rentang satu waktu yang bersamaan, atau dikenal dengan kemampuan *multitasking*. *Startup* menerapkan aspek-aspek tersebut secara lebih luas dibandingkan di perusahaan korporat pada umumnya. Dikutip dari *website* Economica.id (Assajjadiyyah, 2020), Lugina Setyawati sebagai dosen Sosiologi Universitas Indonesia, berpendapat tren kerja yang fleksibel marak terjadi di perusahaan *startup* yang diharuskan untuk selalu siap menghadapi lingkungan yang kompetitif. Seolah-olah tidak ada jam kerja yang dibatasi dan pada akhirnya terjadi pergeseran pemaknaan waktu kerja. Jam kerja yang umumnya adalah '9 to 5' menjadi 24 jam.

Di era saat ini, generasi milenial sedang mendominasi lapangan pekerjaan sehingga dikatakan sebagai generasi yang sedang membentuk budaya dan masa depan dunia (Terjesen et al., 2007; Twenge, 2010). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2022, angkatan kerja terbesar Indonesia berada di kelompok umur 25-29 tahun, yakni mencapai 17,18 juta jiwa (Kusnandar, 2022). Secara umum, kelompok umur tersebut masuk ke dalam kategori generasi Y atau lebih dikenal dengan sebutan 'milenial' (Budiati et al., 2018). Generasi milenial mayoritas

tumbuh dengan beragam teknologi, seperti *smartphone*, internet, laptop, dan lain sebagainya (Vodanovich, 2016). Menurut Berkup (2014), generasi milenial cenderung memiliki ambisi dan semangat yang tinggi untuk mendapatkan keinginannya, mampu beradaptasi dengan perubahan, dan senang berkomunikasi dengan teknologi. Dalam bidang pekerjaan, hal-hal tersebut menjadi faktor pembeda generasi milenial dari generasi sebelumnya.

Adapun survei yang dilakukan pada 2021 mengenai hal yang dianggap penting pasca pandemi COVID-19 oleh para karyawan (Anders, 2021). Pengelompokan dilakukan berdasarkan generasi, mulai dari *Baby Boomers* sampai generasi Z.



Gambar 1.2
Workforce Confidence Index Research
Sumber: LinkedIn (2021)

Dari hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor-faktor yang menjadi pembeda generasi milenial dengan generasi lainnya. Dipaparkan bahwa menurut generasi milenial, ada empat faktor yang dianggap lebih penting daripada gaji di masa pandemi.

Faktor pertama adalah fleksibilitas waktu atau jam kerja dan juga lokasi kerja. Terlihat bahwa generasi milenial merasa cocok dengan kegiatan *remote working* yang mengedepankan faktor fleksibilitas. Kedua, adalah faktor *work-life balance*. Konsep *work-life balance* telah banyak dikaitkan dengan fenomena *remote working*, meski penelitiannya masih langka. Studi yang dilakukan oleh Punia & Kamboj (2013) mengidentifikasi tiga kata kunci yang mencakup konsep *work-life balance*, yaitu pekerjaan (karir dan ambisi), kehidupan (kesehatan, keluarga dan pertumbuhan spiritual), dan keseimbangan (kepuasan kerja dan konflik yang berkurang di rumah). Kalliath & Brough (2008) mendefinisikan *work-life balance* sebagai persepsi individu bahwa pekerjaan dan aktivitas lainnya diluar pekerjaan berjalan beriringan dan dapat seimbang dilakukan bersama serta mendukung pertumbuhan yang konsisten dengan prioritas hidup seseorang. Dapat diartikan bahwa *work-life balance* merupakan keadaan dimana terdapat keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi seseorang.

Faktor selanjutnya adalah *benefit* atau tunjangan yang diterima dari perusahaan. Program tunjangan secara hukum termasuk jaminan sosial, kompensasi karyawan, tunjangan kesehatan, jatah cuti, dan juga bonus pendapatan (Cascio, 2003, Dessler, 2005) Secara umum, tunjangan diartikan sebagai pembayaran finansial dan non-finansial yang diterima karyawan untuk selama bekerja di suatu

perusahaan. Faktor keempat adalah *workplace culture* atau budaya tempat kerja atau organisasi dimana seorang individu bekerja. Budaya organisasi merupakan nilai-nilai yang berkembang dalam organisasi, di mana nilai-nilai tersebut juga diperuntukan sebagai panduan perilaku para anggota organisasi (Soedjono, 2005). Dari paparan data dan penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa generasi milenial memaknai bekerja bukan hanya sebagai kegiatan mencari uang.

Karakteristik dari generasi milenial yang unik jika dibandingkan dengan generasi lainnya dianggap cocok dengan budaya kerja di perusahaan *startup* yang juga berbeda dengan perusahaan konvensional pada umumnya. Menurut Holdsworth (2017), *startup* memang menjadi industri yang menarik terutama bagi generasi muda. Generasi muda menarik untuk dikaji karena mereka memiliki nilai, gagasan, dan cara pandang yang berbeda tentang pekerjaan dibandingkan generasi yang lebih tua. Ideologi yang berbeda dapat membentuk atau mengubah suatu budaya kerja (Beccalori, 2017). Terbentuknya sebuah budaya kerja tentu tidak lepas dari adanya interaksi sosial yang terjadi dalam masyarakat. Sebuah budaya kerja dapat disebut sebagai kebiasaan dibentuk melalui usaha atau kegiatan bersama orang-orang yang terlibat dalam membangun sebuah dunia realitas tertentu. Berger & Luckmann (1966) menjelaskan tentang teori konstruksi realitas sosial. Dalam teori ini, realitas sosial dilihat sebagai konstruksi sosial yang telah diciptakan oleh individu. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial karena mereka berperilaku berdasarkan kehendaknya. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui persepsi kalangan profesional muda mengenai budaya kerja pada industri *startup*.

1.2 Fokus Penelitian

Untuk menghindari adanya pelebaran topik masalah dan supaya hasil penelitian lebih terfokus, peneliti melakukan pembatasan masalah yang diteliti. Menurut Databoks dan Katadata (Dihni, 2022), angka jumlah industri *startup* di Indonesia yang tertinggi ada di area Jabodetabek. Data menunjukkan bahwa jumlah *startup* di Jabodetabek bahkan mencapai 481 *startup* yang mencakup 39,59 persen dari total *startup* di Indonesia. Oleh karena itu, ruang lingkup penelitian ini mengacu pada perusahaan *startup* di area Jabodetabek. Kalangan profesional muda yang menjadi fokus penelitian ini adalah generasi milenial dalam rentang usia 25-29 tahun yang disebutkan mendominasi angkatan kerja pada masa ini. Seseorang dianggap sebagai profesional jika merupakan karyawan permanen (*full-time*) pada suatu perusahaan dan sudah memiliki pengalaman sebagai pemimpin (*leader*) sebuah tim.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dirumuskan pertanyaan penelitian, yaitu ‘bagaimana persepsi kalangan profesional muda terhadap budaya kerja pada industri *startup*?’.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi kalangan profesional muda terhadap nilai kerja pada industri *startup*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai media referensi untuk mengetahui lebih dalam mengenai persepsi kalangan profesional muda terhadap nilai kerja pada industri *startup* melalui perspektif teori konstruksi sosial dan konsep budaya kerja.

1.5.2 Manfaat Sosial

Melalui penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami secara mendalam tentang budaya kerja yang sedang marak dikembangkan dalam industri *startup* dewasa ini. Aspek-aspek yang digambarkan dari hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi refleksi diri, terutama bagi kalangan profesional muda dalam industri *startup*.