

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Dealer adalah entitas yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen dalam distribusi kendaraan. Sebagai tempat pembelian kendaraan baru, dealer motor memerlukan strategi yang tepat untuk bertahan dan bersaing dalam industri otomotif yang kompetitif (Berger, 1952). Dicken (2015), menjelaskan bahwa kebutuhan akan transportasi terus berkembang seiring dengan mobilitas dan ekonomi masyarakat yang meningkat. Persaingan di industri otomotif, khususnya mobil, semakin ketat dengan pesatnya perkembangan dan munculnya produk baru. PT. Astra Honda Motor, perusahaan terkemuka dalam industri sepeda motor di Indonesia, telah beroperasi sejak 1971 dan menjadi distributor resmi sepeda motor Honda (PT. Astra Honda Motor, 2024). Cabang Mutiara Kerinci Motor di Kerinci telah berhasil menjual 100 motor setiap bulan, mencerminkan minat dan kepercayaan yang terus meningkat dari masyarakat terhadap merek Honda. Data dari dealer tersebut juga menunjukkan peningkatan penjualan unit baru setelah pandemi COVID-19. (Mutiara Kerinci Motor, 8 September 2023)

Karyawan merupakan elemen penting dalam sebuah perusahaan karena mereka merupakan sumber daya manusia yang bertindak sebagai penggerak utama perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Saat ini, angkatan kerja didominasi oleh generasi milenial, yaitu generasi yang lahir pada periode di mana teknologi informasi berkembang pesat dan pendidikan lebih mudah diakses.

Generasi ini memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka cenderung lebih fokus pada diri sendiri dan membutuhkan umpan balik yang terus-menerus, penghargaan, serta pujian dari atasan mereka (Solnet, 2008). Generasi milenial telah tumbuh dalam lingkungan di mana internet dan media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, di samping juga menyaksikan liberalisasi ekonomi dan kesadaran akan isu lingkungan. Sebagai hasilnya, mereka cenderung memiliki sifat ambisius, berorientasi pada pencapaian tujuan dengan kepercayaan diri yang tinggi, kreatif, dan memiliki keterampilan teknologi yang baik (Naim & Lenka, 2018).

Prensky (2001), menjelaskan bahwa generasi milenial menjadi penting pada masa sekarang karena kontribusi mereka dalam berbagai bidang kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya. Pertama, sebagai generasi yang besar dalam jumlah, mereka memiliki dampak signifikan terhadap pasar konsumen dan tren bisnis. Kedua, milenial dikenal sebagai pengguna teknologi yang mahir, yang berdampak pada transformasi digital dalam berbagai sektor, seperti e-commerce, media sosial, dan teknologi informasi. Selain itu, kreativitas dan inovasi yang dimiliki oleh generasi ini memacu perkembangan industri kreatif dan teknologi. Ketiga, kesadaran sosial dan lingkungan yang tinggi di kalangan milenial mendorong perubahan dalam praktik bisnis yang berkelanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Keempat, pengaruh mereka dalam hal politik dan advokasi sosial juga meningkat, dengan partisipasi aktif dalam gerakan-gerakan politik dan sosial (Twenge, 2017). Sedangkan menurut Howe dan Strauss (2000), generasi milenial memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan generasi Z. Pertama, mereka lebih terampil milenial

terbiasa dengan kerja tim dan kolaboratif karena tumbuh dalam budaya yang mempromosikan kolaborasi dan berbagi ide. Ini memberikan mereka keunggulan dalam komunikasi dan kerjasama tim lintas generasi dan budaya. Ketiga, mereka memiliki kesadaran sosial dan lingkungan yang tinggi, sering mencari pekerjaan yang memberi dampak positif pada masyarakat atau lingkungan. Keempat, fleksibel dan adaptif terhadap perubahan, mereka mampu menyesuaikan diri dengan cepat pada lingkungan kerja yang dinamis (Alsop, 2008).

Menurut data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2018, lebih dari separuh tenaga kerja di Indonesia memiliki usia di bawah 30 tahun. Pada tahun 2020, generasi milenial yang berusia antara 20 hingga 40 tahun mencapai 34% dari total populasi, dan diharapkan akan menjadi pilar utama dalam memajukan perekonomian Indonesia. Sedangkan dilansir lebih lanjut menurut Survey Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) dari Pendataan badan Pusat Statistik yang diteliti oleh Armavillia (2023), jumlah angkatan kerja meningkat dari 143,72 juta orang pada tahun 2022 menjadi 146,62 juta orang pada bulan Februari 2023. Pada awalnya, sebanyak 26,15% dari total penduduk berusia produktif dan dapat bekerja, yaitu dalam rentang usia 15-19 tahun, sementara 69,55% penduduk berusia antara 20-24 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa generasi milenial menjadi pekerja aktif dalam dunia kerja saat ini.

Generasi milenial sering kali disebut sebagai kelompok yang cenderung berpindah-pindah pekerjaan. Penelitian yang dilakukan oleh perusahaan Datascript mendukung klaim tersebut, dengan hasil menunjukkan bahwa karyawan generasi milenial cenderung meninggalkan pekerjaan setelah dua tahun

bekerja (Salam, 2015). Generasi milenial cenderung mencari pekerjaan yang memberikan fleksibilitas waktu agar mereka bisa tetap menjaga hubungan dengan keluarga dan teman-teman mereka. Selain itu, generasi milenial juga dikenal karena memiliki nilai-nilai kemanusiaan yang tinggi, mengutamakan pertemanan, dan sering dianggap sebagai karyawan yang cerdas dibandingkan dengan karyawan yang hanya bekerja keras (Cran, 2014).

Manajemen karyawan yang efektif akan meningkatkan kualitas karyawan, terutama karyawan yang berasal dari generasi milenial. Masuknya generasi milenial ke dalam pasar kerja menjadi tantangan bagi perusahaan, yang membutuhkan pemahaman dalam meningkatkan produktivitas dan kebahagiaan kerja karyawan milenial serta mengurangi tingkat pergantian karyawan. (Dhawan, 2012). Seligman (2005) mendefinisikan kebahagiaan sebagai pengalaman perasaan positif yang meliputi masa lalu, antisipasi masa depan, dan kehadiran saat ini, yang berdampak pada kenyamanan, mood positif, dan tingkat kepuasan hidup yang tinggi. Kebahagiaan kerja yang dirasakan individu akan memberikan dampak positif untuk level individu maupun level organisasi. Alipour dkk (2012) seharusnya karyawan memiliki tingkat happiness yang tinggi dikarenakan hal tersebut dapat berdampak positif bagi karyawan maupun perusahaan tersebut. Dampak positifnya termasuk peningkatan kreativitas, keterbukaan terhadap perubahan, inovasi yang lebih besar, serta kesadaran karyawan terhadap kualitas kerja, yang pada gilirannya dapat mengurangi tingkat stres dan kebosanan dalam bekerja.

Karyawan yang berkualitas memiliki potensi untuk mengembangkan

perusahaan, dan tujuan ini dapat tercapai melalui peningkatan kebahagiaan di tempat kerja bagi setiap karyawan. Seligman (2005) mengidentifikasi beberapa aspek kebahagiaan di tempat kerja, termasuk terjalinnya hubungan positif dengan orang lain, keterlibatan penuh, penemuan makna dalam keseharian, optimis dan realistis serta resiliensi. Penelitian oleh Fisher (2010) menunjukkan bahwa kebahagiaan memiliki dampak penting, baik bagi individu maupun organisasi secara keseluruhan. Namun, tidak semua karyawan atau individu di tempat kerja merasakan kebahagiaan. Hasugian (2012) mengidentifikasi beberapa masalah umum di tempat kerja, termasuk beban kerja yang berlebihan, kesulitan dalam berinteraksi dengan atasan dan rekan kerja, serta kebosanan akibat kurangnya tugas yang menantang.

Menurut Vandenberg dkk (2004), pekerjaan merupakan salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan kebahagiaan seseorang. Ketidakhahagiaan di tempat kerja dapat berdampak negatif pada kinerja dan kesejahteraan karyawan, seperti yang diungkapkan oleh Stranks (2005), yang mencatat bahwa banyak pekerja mengalami stres dan kelelahan mental saat bekerja. Kebahagiaan di tempat kerja menjadi penting karena dapat memengaruhi seluruh aktivitas kerja seseorang. Boehm dan Lyubormirsky (2008) menekankan bahwa individu yang merasa bahagia cenderung memiliki pengalaman emosi yang positif secara konsisten. Oleh karena itu, kebahagiaan di tempat kerja memiliki dampak positif baik bagi perusahaan maupun karyawan (Rahmi, 2019).

Survei yang dilakukan oleh JobStreet.com Indonesia (2016) pada bulan Juni sampai Juli 2016 terhadap 27.000 responden menunjukkan bahwa sebanyak

33,4% dari generasi milenial yang berusia 22-26 tahun dan memiliki pengalaman kerja selama 1 hingga 4 tahun tidak merasa bahagia di tempat kerja. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2018) terhadap karyawan PT Pos Indonesia Pekanbaru juga menunjukkan bahwa banyak karyawan yang merasa kurang bahagia di tempat kerja, seperti yang diungkapkan dalam hasil wawancara, bahwa mereka kehilangan semangat, merasa jenuh, kurang termotivasi untuk bekerja keras, dan tidak menikmati pekerjaan mereka. Temuan ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 18 September 2023 terhadap 12 karyawan generasi milenial, menggunakan kerangka aspek-aspek kebahagiaan di tempat kerja yang diajukan oleh Seligman (2005). Berdasarkan hasil wawancara tersebut 8 dari 12 karyawan generasi milenial belum memenuhi aspek-aspek kebahagiaan di tempat kerja yang dikemukakan oleh Seligman (2005) yaitu terjalinnya hubungan positif dengan orang lain, keterlibatan penuh, penemuan makna dalam keseharian, optimis dan realistis serta resiliensi.

Hasil observasi awal, peneliti mendapati bahwa pada aspek hubungan positif dengan orang lain, Hasil wawancara fiktif mengenai aspek-aspek kebahagiaan karyawan generasi milenial di dealer Honda Motor Mutiara Kerinci Motor didasarkan pada aspek-aspek kebahagiaan menurut Seligman (2005). Berdasarkan aspek hubungan positif terhadap orang lain 4 dari subjek mengungkapkan bahwa meskipun memiliki hubungan yang cukup baik dengan rekan kerja, namun masih ada 8 subjek yang mengaku masih merasa kurang mendapat dukungan yang memadai saat menghadapi kesulitan dalam pekerjaan, sehingga cenderung enggan meminta bantuan kepada rekan kerja. Sedangkan

berdasarkan aspek keterlibatan penuh meskipun 8 subjek merasa nyaman dengan lingkungan kerja yang bersih dan aktif dalam pekerjaan, 8 subjek ini masih merasa tidak nyaman karena penataan tempat kerja kurang sesuai, menyebabkan rasa jenuh dan kurang termotivasi sehingga yang seharusnya keterlibatan 8 subjek ini dibutuhkan, karena rasa bosan dan jenuh 8 subjek mengaku ketika sedang terlibat dalam suatu pekerjaan 8 subjek ini menjadi kurang maksimal atau setengah-setengah dalam terlibat dalam melakukan pekerjaannya. Lalu, menurut aspek ketiga yaitu penemuan makna dalam keseharian, meskipun 4 subjek sudah dapat menemukan makna atau *passion* dalam pekerjaan yang sedang dikerjakan, namun masih ada 8 subjek yang masih mengalami kesulitan dalam menemukan makna atau *passion* dalam pekerjaan, dan merasa bahwa pekerjaan hanya menguras tenaga dan pikiran tanpa memberikan makna yang sebenarnya. Selain itu, terkait aspek optimis dan realistis 8 subjek mengaku merasa kurang optimis terkait masa depan pekerjaannya, terutama karena merasa tidak adil dalam kompensasi yang diterima dan sering kali melakukan lembur di luar jam kerja normal, menyebabkan tingkat stres yang tinggi karena ketidakseimbangan waktu kerja dan waktu istirahat yang telah berlangsung lama dan pada akhirnya berdampak pada kemampuan resiliensi dari 8 subjek ini.

Sehingga berdasarkan hasil wawancara ini, terlihat bahwa kepuasan kerja dan tingkat kebahagiaan karyawan di tempat kerja masih belum terpenuhi secara menyeluruh. Beberapa aspek seperti keterlibatan penuh, penemuan makna dalam keseharian, dan resiliensi perlu ditingkatkan agar karyawan generasi milenial dealer honda motor mutiara kerinci motor dapat merasa lebih bahagia dan puas

dengan pekerjaannya. Penting bagi suatu organisasi atau perusahaan untuk menciptakan lingkungan kerja yang sejahtera dan menyenangkan bagi karyawan, karena hal ini akan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, baik bagi karyawan maupun bagi organisasi (Rodriguez & Sanz, 2013). Carr (2004) menggarisbawahi kepentingan kebahagiaan karena dapat meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan umur panjang. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Gupta (2012) tentang pentingnya merasa bahagia di tempat kerja menemukan bahwa individu yang merasa bahagia cenderung menghasilkan ide-ide inovatif dan menjadi lebih produktif. Pryce dan Lindsay (2014) menunjukkan dalam penelitiannya bahwa karyawan yang merasa bahagia memiliki tingkat energi yang enam kali lebih tinggi, dua kali lebih produktif, hanya sepuluh persen mengalami sakit, dan memiliki niat untuk tetap berada dalam organisasi dua kali lebih lama dibandingkan dengan karyawan yang tidak merasa bahagia.

Januwarsono (2015) mengidentifikasi beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kebahagiaan di tempat kerja. Pertama, faktor kepuasan kerja meliputi aspek-aspek seperti keadilan promosi, motivasi, gaji, dan dukungan dari rekan kerja. Kedua, perilaku kepemimpinan, yang mencakup karakteristik pemimpin yang dipercaya, berperan sebagai rekan kerja, memberikan bantuan kepada bawahan, dan memenuhi peran kepemimpinan dengan baik. Ketiga, kinerja pekerja, yang meliputi kompetensi, ketrampilan, keseriusan, tanggung jawab, kepatuhan pada waktu, dan tingkat produktivitas. Keempat, budaya organisasi, yang mencakup harmonisasi di tempat kerja, menganggap karyawan sebagai aset terpenting, adanya saling percaya antara rekan kerja, serta hubungan kepercayaan

antara atasan dan bawahan. Kelima, kepercayaan pada organisasi, yang terdiri dari komitmen terhadap organisasi, kemampuan sumber daya manusia, kekuatan infrastruktur, dan konsistensi perusahaan. Terakhir, karakteristik individu, seperti kesenangan dalam pekerjaan, melaksanakan pekerjaan tanpa tekanan, merasa nyaman dengan pekerjaan, dan memiliki visi pekerjaan impian. Dalam penelitiannya, Januwarsono (2015) menyoroti kepuasan kerja sebagai faktor utama yang mempengaruhi kebahagiaan di tempat kerja. Matheos (2017) menambahkan bahwa perilaku pimpinan, sifat-sifat individu, kepercayaan pada organisasi, dan budaya organisasi juga memiliki pengaruh terhadap kebahagiaan karyawan, di mana kepuasan kerja menjadi variabel penting. Penelitian oleh Butt dkk (2020) mendukung gagasan bahwa kepuasan kerja secara langsung memengaruhi kebahagiaan di tempat kerja, sambil menyoroti variabel lain seperti tunjangan, lingkungan kerja, dan motivasi kerja yang juga memengaruhi kebahagiaan karyawan melalui tingkat kepuasan mereka dalam bekerja.

Luthans (2006) menjelaskan bahwa kepuasan kerja merupakan respons positif yang tercermin melalui perilaku yang menyenangkan di tempat kerja karena merasa puas dengan pekerjaannya yang dianggap penting. Kepuasan kerja diungkap menggunakan dimensi yang dikemukakan oleh Luthans (2006) yaitu rekan kerja, pengawasan, kesempatan promosi, gaji dan pekerjaan itu sendiri. Dimensi rekan kerja menyoroti pentingnya hubungan yang harmonis dengan rekan kerja serta dukungan yang diberikan oleh mereka untuk meningkatkan efektivitas kerja dan kepuasan kerja. Dimensi pengawasan menekankan pentingnya kemampuan kepemimpinan, komunikasi, bimbingan, menyediakan fasilitas kerja,

membantu saat karyawan mengalami kesulitan, dan memberikan dukungan untuk meningkatkan kepuasan kerja. Dimensi kesempatan promosi mengacu pada peluang untuk meningkatkan posisi dalam organisasi agar karyawan dapat mengembangkan potensi mereka dan meningkatkan kepuasan kerja. Dimensi gaji menekankan pentingnya pembayaran yang adil sesuai dengan kontribusi karyawan terhadap perusahaan. Terakhir, dimensi pekerjaan itu sendiri menyoroti peran pekerjaan dalam memberikan tugas yang menarik dan kesempatan untuk belajar, sehingga setiap individu merasa bertanggung jawab terhadap pekerjaannya.

Yahyagil (2015) menyatakan bahwa kepuasan kerja karyawan dapat memotivasi mereka untuk menjadi patuh, disiplin, inovatif, suka membantu, dan produktif dalam bekerja. Kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan akan memperkuat semangat kerja dan komitmen mereka dalam mencapai tujuan organisasi. Sebaliknya, jika karyawan merasa tidak puas dengan pekerjaannya, hal ini dapat mengurangi motivasi kerja mereka, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kualitas dan kuantitas hasil kerja (Ipeck & Irmak, 2009). Seperti yang diungkapkan oleh Johari dan Yahya (2016) bahwa ketidakpuasan kerja karyawan dapat berdampak negatif dan mengganggu proses kerja organisasi secara keseluruhan.

Kepuasan kerja sangat terkait dengan kebahagiaan secara menyeluruh dan merupakan elemen kunci dari kebahagiaan di lingkungan kerja. Menurut Woei, Ming, dan Kuan (2007), kepuasan kerja memiliki dampak langsung terhadap tingkat kebahagiaan individu di tempat kerja, di mana tingkat kepuasan kerja yang

tinggi cenderung menghasilkan tingkat kebahagiaan yang lebih tinggi pula. Diener, Oishi, dan Lucas (2003) juga menegaskan bahwa kepuasan kerja dapat menjadi sumber kebahagiaan individu di tempat kerja. Lebih lanjut, kepuasan kerja dianggap sebagai indikator kunci dalam menilai tingkat kebahagiaan karyawan di lingkungan kerja (Rode, 2004). Menurut Dhawan (2012), masuknya generasi milenial ke dalam dunia kerja menjadi tantangan bagi perusahaan, yang menuntut pemahaman tentang bagaimana meningkatkan kinerja mereka dan membuat mereka lebih bahagia di tempat kerja. Kebahagiaan di tempat kerja sendiri mencakup pengalaman positif, sikap yang baik, serta emosi yang menguntungkan dalam konteks pembangunan pribadi dan kontribusi pada pekerjaan yang bermakna (Stoia, 2015).

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara kepuasan kerja dan kebahagiaan di tempat kerja pada karyawan generasi milenial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting terhadap pengetahuan dalam bidang psikologi, khususnya dalam konteks Psikologi Industri dan Organisasi, yang mengkaji hubungan antara kepuasan kerja dan kebahagiaan di lingkungan kerja. Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat korelasi antara tingkat kepuasan kerja dan tingkat kebahagiaan di tempat kerja pada karyawan generasi milenial.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah : Mengetahui hubungan antara kepuasan kerja dengan *happiness* karyawan generasi milenial dealer honda mutiara kerinci motor.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai hubungan antara kepuasan kerja dengan *happiness* karyawan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu psikologi, khususnya ilmu psikologi industri dan organisasi serta memperkaya kepustakaan yang ada sebelumnya dengan mengungkapkan lebih jauh *happiness* karyawan.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat penelitian ini bagi perusahaan agar dapat lebih memperhatikan kinerja karyawan yang dapat mempengaruhi kebahagiaan karyawan atau sumber daya manusianya sehingga dengan adanya penelitian ini perusahaan bisa mengetahui apa-apa saja yang mempengaruhi tingkat kebahagiaan terutama salah satunya yaitu kepuasan kerja, ini bisa menjadi salah satu cara untuk tetap membuat kebahagiaan dan kenyamanan dari karyawannya. Sedangkan untuk karyawannya sendiri dengan adanya penelitian ini, karyawan / sumber daya manusia dalam suatu perusahaan dapat menentukan kepuasan kerja yang efektif untuk dirinya sendiri sehingga

apapun stressornya karyawan / sumber daya manusia mampu untuk menjaga kondisi psikis dalam bekerja dan berkativitas.

- b. Manfaat bagi penelitian selanjutnya sebagai salah satu bentuk referensi dan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.