Antoni Ludfi Arifin, dkk.

THE SECRET to Millennial Engagement

The Secret to Millennial Engagement

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014
tentang Hak Cipta

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

The Secret to Millennial Engagement

Antoni Ludfi Arifin, dkk.

Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, 2019

The Secret to Millennial Engagement

Oleh Antoni Ludfi Arifin, dkk

GM

Copyright ©2019 Penerbit Gramedia Pustaka Utama
Kompas Gramedia Building Blok I Lt. 5
Jl. Palmerah Barat No. 29-37
Jakarta 10270

Desain Sampul dan Ilustrasi: Injun (Suryo Nugroho)
Penata Letak: Fajarianto

Pertama kali diterbitkan dalam bahasa Indonesia oleh Penerbit PT Gramedia Pustaka
Utama
Anggota IKAPI, Jakarta 2019

Cetakan pertama: November 2019

Hak cipta dilindungi oleh Undang-undang
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari
Penerbit

www.gpu.id

ISBN:

ISBN Digital:

Dicetak oleh Percetakan PT Gramedia

Isi di luar tanggung jawab Percetakan

Prakata

Salam Cendekia! Kami Harus Menulis!

“We know more than we can tell.”

—Michael Polanyi

Puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Berkat hidayah-Nya buku ini dapat ditulis dan disusun. Tanpa petunjuk-Nya, tak akan dapat kami melakukannya. Buku ***The Secret to Millennial Engagement*** ini merupakan kumpulan tulisan dari beberapa praktisi dan akademikus insan SDM Cendekia yang ingin berbagi ilmu dan pengalaman untuk kemajuan bangsa dan negara. Semoga karya kecil ini dapat menginspirasi setiap orang, khususnya yang bergerak dalam bidang pengelolaan sumber daya manusia.

SDM Cendekia merupakan lembaga terbuka yang menaungi praktisi dan akademikus bidang SDM dari berbagai perusahaan dan perguruan tinggi, pengusaha dan karyawan, manajer, hingga direktur. Semua memiliki tujuan dan kepedulian yang sama untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi SDM Indonesia agar berkarya nyata.

Buku ***The Secret to Millennial Engagement*** ini ditulis secara ringan dan populer, tanpa mengurangi bobot dan kualitas, agar mudah dibaca, dimengerti dan dipahami, juga menambah ilmu dan pengetahuan.

Semua tulisan yang dibuat merupakan hasil pengalaman setiap penulisnya dalam bidang SDM. Pengetahuan-pengetahuan itu berharga untuk dibagi. Kami berharap itu semua dapat menambah wawasan dan menggerakkan pembacanya untuk melakukan hal-hal positif.

Terima kasih kami ucapkan kepada Direktur SDM BPJS Ketenagakerjaan, Direktur SDM PT Kimia Farma (Persero) Tbk, dan Direktur SDM PT Pusri, yang di tengah kesibukan bekerja telah ikut serta dalam menulis artikel di buku ini, untuk Indonesia kita tercinta.

Akhir kata, kami sampaikan, “sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain”.

SDM Cendekia

Daftar isi

Prakata	v
1. <i>Building Millennial Engagement Through Mutual Benefit</i>	1
2. Merekrut Generasi Milenial dengan Cara Milenial	9
3. Resep Praktis, Generasi Milenial Fantastis	19
4. <i>The Name of Millennial</i>	31
5. <i>Resign</i> : Wanita di Antara Kerja dan Keluarga	39
6. Menyelam dalam <i>Coaching</i>	47
7. Muda Berdaya, Masa Depan Kaya: Bagaimana Generasi Milenial Mengelola Keuangan	57
8. <i>Bringing Human Touch in Engaging Millennials</i>	69
9. Kesombongan Generasi Millennial	79
10. <i>The Secret Millennial Character</i>	89
11. Membangun Kolaborasi antara Generasi X dan Y	105
12. <i>Competitive Advantage</i> ala Millennial	111
13. Membangun Inovasi dan <i>Millennials Engagement</i> dalam Dunia Kerja Digital	121
14. <i>Secret to Millennial Engagement</i>	135

15. Menggaet Generasi Me	145
16. <i>Millennials Treatment Base on My Millennials!</i>	155
17. <i>The Role of Young Leaders in Employee Engagement</i>	167
18. <i>Engaging Millennials Generation in Work with Millennials Action Leadership</i>	177
Profil Penulis	205

“Employees who believe that management is concerned about them as a whole person—not just an employee—are more productive, more satisfied, more fulfilled. Satisfied employees mean satisfied customers, which leads to profitability.”

—Anne Mulcahy

Building Millennial Engagement Through Mutual Benefit

Employee and Employer
Antoni Ludfi Arifin

Laura dan Aditya, dua kandidat pelamar di kantor—tempat saya bekerja—yang kini telah menjadi karyawan, lulus proses seleksi dan menjadi “energi” baru di kantor kami. Mereka berusia muda, Aditya 25 tahun dan Laura 27 tahun, merupakan generasi milenial akhir.

Sejak proses seleksi: wawancara awal dan *final interview* dengan divisi SDM, saya melihat kedua kandidat—bahkan kandidat lainnya yang seusia mereka—25 s.d. 27 tahun (*late millennials*/milenial akhir) memiliki karakter yang berbeda dengan saya yang terlahir pada 1970-an (gen X). Gen Y/*millennial generation*, terlahir pada kurun 1980–1995. Kini generasi milenial akhir 1995 memasuki dunia kerja dengan latar pendidikan yang sudah cukup mapan. Bahkan, mereka ada yang berbekal pendidikan pascasarjana dalam dan luar negeri.

Di samping itu, Gen Z awal, terlahir (1996–2000) sudah dan akan memasuki dunia kerja. Mereka memiliki ekspektasi berbeda terhadap

pekerjaan dan lingkungan kerja: ingin gaji saat ini yang tinggi dan lingkungan kerja yang *cozy*. Mereka tak begitu mengharapkan *job security*: menjadi karyawan tetap dan mendapat fasilitas kesehatan, misalnya.

Menyermati karakter generasi milenial akhir dan Gen Z awal yang akan memasuki dunia kerja, sepertinya berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain, dalam waktu 1–2 tahun, merupakan suatu kewajaran bagi mereka. *Turn over* 1-2 dua tahun kaum ini dinilai sebagai hal kurang wajar bagi perusahaan yang akan menyiapkan *next generation leader*, dalam proses perekrutan, seleksi, hingga pengembangan karier mereka.

Kini saatnya perusahaan harus memformulasi untuk menciptakan keterikatan (*engagement*) jangka panjang antara perusahaan dan karyawan yang menguntungkan kedua belah pihak.

Dalam meningkatkan keterikatan karyawan, khususnya generasi milenial, perusahaan harusnya memperhatikan keuntungan (*benefit*) jangka panjang bersama: perusahaan dan karyawan (*mutual benefit*). *Mutual benefit* tersebut, Saya menyebutnya **3C**, yaitu *3C for employee* dan *3C for employer*, yang secara grafis tersaji pada di bawah:

Bagi karyawan (*employee*), benefit yang diperoleh adalah mendapatkan setidaknya peningkatan keterampilan dan pengetahuan selama bekerja, kompensasi yang menarik dibanding rata-rata industri, dan pengembangan karier yang menjanjikan di masa mendatang. Saya menyebutnya 3C, yaitu:

1. **Competency:** *Training and Development*

Perusahaan harus meningkatkan kompetensi karyawan melalui pelatihan dan pengembangan. Kompetensi untuk karier mereka berikutnya harus disiapkan dan gap kompetensi antara kompetensi personal saat ini dan posisi saat ini juga diperbaiki. Perusahaan juga harus mampu menyiapkan matriks kompetensi

yang sesuai dengan visi, misi, dan nilai perusahaan ke arah kompetensi generik dan kompetensi teknis dalam silabus kompetensi perusahaan. Arah pengembangan kompetensi ini menjadi daya tarik karyawan untuk memilih bertahan atau berkarier di perusahaan lainnya.

2. *Compensation*

Kompensasi yang diberikan menjadi daya tarik karyawan, khususnya bagi generasi milenial. Benefit yang diberikan dalam bentuk finansial (gaji, bonus, insentif, dan tunjangan-tunjangan lainnya) dan nonfinansial (libur, cuti, dan fasilitas non-uang).

3. *Career Path*

Karyawan juga perlu diperhatikan jenjang karier mereka ke depan setelah bergabung dengan perusahaan nantinya. Karier yang dimaksud adalah posisi struktural dan non-struktural yang akan diperoleh karyawan selama bekerja di perusahaan hingga usia pensiun nanti. Di samping karier, penugasan-penugasan (*assignment*) proyek yang menantang juga harus disiapkan agar mereka tidak merasa “bosan” dengan posisi saat ini (*current position*). Bentuk penugasan (*project assignment*) dapat berupa: peluncuran produk baru, unit bisnis baru, atau anak usaha baru. Mereka bisa dilibatkan sebagai *project manager*, bahkan hingga level *vice president*.

Sebaliknya, perusahaan (*employer*) juga ingin mendapatkan benefit jangka panjang dari keterikatan tersebut. Saya juga menyebutnya 3C, benefit bagi *employer*, yaitu:

1. *Commitment*

Komitmen untuk “sehidup-semati” layaknya pasangan pernikahan juga diharapkan oleh perusahaan. Sebab, di level divisi SDM, masalah *turn over* juga menjadi perhatian penting. Diharapkan, para generasi milenial dan gen Z ini tidak menjadi “kutu loncat” yang sebentar-bentar berpaling dan berpindah ke perusahaan lain. Komitmen dapat dijembatani dengan memberikan beasiswa pendidikan jangka panjang (S-2 atau S-3), atau kursus pendek di luar negeri, yang sekaligus menuntut mereka untuk menciptakan profit bagi perusahaan.

2. *Contribution*

Kontribusi fisik dan kinerja: dalam bentuk pengetahuan, keterampilan, dan *physical touch* karyawan sangat dibutuhkan agar mereka mampu memberikan kinerja total bagi perusahaan. Perusahaan juga harus mampu menciptakan lingkungan kerja yang menumbuhkembangkan kreativitas dan inovasi karyawan. Dengan begitu, ide-ide mereka dapat disalurkan menjadi produk dan layanan yang menguntungkan.

3. *Capital*

Pada akhirnya, para generasi milenial dan gen Z ini menjadi aset nirfisik perusahaan. Mereka akan menjadi SDM perusahaan yang

kompetitif dalam menghadapi persaingan lokal, regional, dan global nantinya.

Kedua *mutual benefit* ini harusnya dikelola dengan baik oleh praktisi SDM, agar setidaknya ikatan pekerjaan (yang diibaratkan pernikahan) yang *samara* (sakinah, mawadah, warahmah), juga bisa terwujud di perusahaan. Keterikatan ini akan menguntungkan kedua belah pihak, baik karyawan maupun perusahaan.

*“Recruitment IS marketing. If you’re a recruiter nowadays
and you don’t see yourself as a marketer, you’re in the wrong
profession.”*

—Matthew Jeffrey