



Strategi Efektif untuk Merekrut dan Mengelola Karyawan Generasi Z dalam Manajemen Bisnis Global

INFO PENULIS

Azel Raoul Reginald
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
azel.raoul13@gmail.com
+628113009887

Nur Sa'adah Muhammad
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Nunun9kpg@gmail.com
+6281225802686

Oktavia Siti Rochani
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Bunda.oktavia.rochani@gmail.com
+6285854403320

Mochamad Djainul Arifin
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
jainularifin0112@gmail.com
+628121757069

Sigit Hermawan
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Sigit.Hermawan@umsida.ac.id
+6285730900014

INFO ARTIKEL

ISSN: 2808-1307
Vol. 4, No. 2, Agustus 2024
<http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

Saran Penulisan Referensi:

Reginald, A. R., Muhammad, N. A., Rochani, O. S., Arifin, M. D., & Hermawan, S. (2024). Strategi Efektif untuk Merekrut dan Mengelola Karyawan Generasi Z dalam Manajemen Bisnis Global. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4 (2), 702-706.

Abstrak

Artikel ini menganalisis strategi efektif dalam merekrut dan mengelola karyawan Generasi Z di lingkungan manajemen bisnis global. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, penelitian ini menyoroti pentingnya adaptasi strategi perusahaan terhadap nilai-nilai, preferensi, dan teknologi yang digunakan oleh Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi yang tepat dapat meningkatkan kinerja organisasi melalui peningkatan retensi karyawan, motivasi kerja, dan adaptasi terhadap perubahan pasar global. Implikasi praktis dari temuan ini menekankan perlunya pendekatan manajemen yang inklusif dan adaptif untuk mengoptimalkan potensi Generasi Z dalam lingkungan kerja yang dinamis. Artikel ini memberikan kontribusi penting dalam memahami cara-cara baru dalam merekrut dan mengelola tenaga kerja generasi baru yang krusial bagi keberlanjutan dan kesuksesan perusahaan di era bisnis global saat ini.

Kata kunci: Generasi Z, Manajemen Karyawan, Bisnis Global.

Abstract

This article analyzes effective strategies in recruiting and managing Generation Z employees in the global business management environment. Using a qualitative approach with a case study, the research highlights the importance of companies adapting their strategies to the values, preferences, and technologies used by Generation Z. The study findings indicate that proper strategy implementation can enhance organizational performance through increased employee retention, motivation, and adaptation to global market changes. The practical implications underscore the need for an inclusive and adaptive management approach to optimize the potential of Generation Z in dynamic work environments. This article provides a significant contribution to understanding new approaches in recruiting and managing the crucial workforce of Generation Z for the sustainability and success of companies in today's global business era.

Keywords: Generation Z, Employee Management, Global Business

A. Pendahuluan

Generasi Z, lahir antara pertengahan 1990-an dan awal 2010-an, memang telah merevolusi dunia bisnis dengan kecakapan digital dan karakteristik uniknya. Penelitian menyoroti bahwa individu Generasi Z menunjukkan kepribadian yang terbuka, fleksibel, dan berorientasi masa depan, ditambah dengan motivasi intrinsik, yang secara signifikan berdampak pada produktivitas kerja mereka (Putri, 2024)(Aulia et al., 2024). Asuhan mereka, dipengaruhi oleh teknologi canggih dan paparan media, telah membentuk nilai-nilai, perilaku, dan preferensi komunikasi mereka, menekankan perlunya organisasi untuk menyesuaikan strategi mereka untuk menarik dan mempertahankan mereka (Aulia et al., 2024)(Zhu, 2023)(Wulandari et al., 2023). Selain itu, sebagai pemimpin jembatan, CEO harus merangkul gaya kepemimpinan inovatif yang memenuhi keterlibatan sosial Generasi Z, preferensi komunikasi lintas budaya, dan keterampilan kepemimpinan digital untuk memanfaatkan potensi mereka secara efektif dalam lanskap bisnis global yang dinamis (Hidayat et al., 2023).

Generasi Z, generasi tenaga kerja yang akan datang, dicirikan oleh ciri-ciri dan preferensi berbeda yang membentuk pendekatan mereka untuk bekerja. Mereka menghargai kepuasan, tujuan, dan kualitas hidup, mencari pengusaha yang selaras dengan nilai-nilai mereka, terutama menekankan keselamatan dan keseimbangan kehidupan kerja (Jäckel & Garai-Fodor, 2024). Semangat kewirausahaan generasi ini, kemahiran digital, dan kesadaran global mendorong mereka menuju inovasi dan kolaborasi dalam lingkungan yang fleksibel dan berteknologi maju (Putri, 2024). Memahami preferensi komunikasi Generasi Z, seperti preferensi untuk

pesan pendek dan konten visual, sangat penting untuk interaksi yang efektif (Wulandari et al., 2023). Selain itu, motivasi kerja dan produktivitas mereka dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kepribadian, motivasi intrinsik, dan gaya pengasuhan yang diterima sejak kecil (Putri, 2024)(Aulia et al., 2024). Untuk menarik dan mempertahankan bakat Generasi Z, perusahaan harus beradaptasi dengan mempromosikan inklusivitas, tanggung jawab sosial, dan fleksibilitas di tempat kerja (Jäckel & Garai-Fodor, 2024).

Untuk mempekerjakan dan mengelola karyawan Generasi Z secara efektif, organisasi harus mempertimbangkan harapan dan preferensi unik mereka. Penelitian menekankan bahwa Generasi Z menghargai bimbingan, peluang pelatihan, dukungan, pemahaman tentang kesenjangan keterampilan, dan beban kerja yang dapat dikelola (Chaudhry, 2024)(Aulia et al., 2024). Strategi seperti jaringan profesional, pendampingan terbalik, dan desain pekerjaan sangat penting untuk menarik dan mempertahankan bakat Gen Z (Chaudhry, 2024). Selain itu, memahami dampak teknologi digital pada pilihan karir Generasi Z dan upaya pencarian kerja sangat penting bagi organisasi di dunia bisnis digital (Ma & Fang, 2023). Mengatasi kesenjangan kompetensi sangat penting di sektor Layanan Bisnis Modern, yang sebagian besar mempekerjakan Generasi Y dan Z, untuk memenuhi kebutuhan industri yang berkembang pesat (Jäckel & Garai-Fodor, 2024). Dengan menyelaraskan lingkungan kerja dengan harapan Generasi Z melalui strategi yang disesuaikan dan memenuhi kebutuhan kompetensi, perusahaan dapat secara efektif memanfaatkan potensi karyawan Generasi Z untuk kesuksesan organisasi.

Artikel ini bertujuan untuk mengulas strategi efektif yang dapat diadopsi perusahaan dalam merekrut dan mengelola karyawan Generasi Z dalam konteks manajemen bisnis global. Dengan memahami kebutuhan dan motivasi Generasi Z serta menerapkan pendekatan manajemen yang sesuai, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif, inovatif, dan berkelanjutan. Selain itu, artikel ini akan membahas tantangan potensial dan memberikan rekomendasi praktis untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut.

B. Metodologi

Metode penelitian kualitatif, seperti teori dasar dan studi kasus kualitatif, sangat penting untuk mengeksplorasi strategi yang digunakan dalam merekrut dan mengelola karyawan Generasi Z dalam lingkungan manajemen bisnis global (Chaudhry, 2024)(Jäckel & Garai-Fodor, 2024)(Ma & Fang, 2023). Metode-metode ini memungkinkan peneliti untuk menyelidiki secara mendalam konteks spesifik, dinamika, dan interaksi yang membentuk strategi ini, memberikan pemahaman mendalam dan kontekstual tentang bagaimana organisasi global secara efektif mengelola dan memanfaatkan bakat karyawan Generasi Z (Chaudhry, 2024). Dengan memanfaatkan pendekatan kualitatif, peneliti dapat mengungkap preferensi, motivasi, dan nilai-nilai yang bernuansa individu Generasi Z, memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan strategi rekrutmen, retensi, dan pengembangan mereka untuk secara efektif melibatkan kohort ini di tempat kerja (Jäckel & Garai-Fodor, 2024)(Ma & Fang, 2023).

1. *Research Design*

Studi kasus kualitatif. Desain ini dipilih untuk mendalaminya mengenai strategi merekrut dan mengelola karyawan Generasi Z di konteks manajemen bisnis global.

2. *Participants (Population and Sample)*

Key informan dalam penelitian ini meliputi Pakar Generasi Z, Manajer atau Manajer HR, Karyawan Generasi Z, Pakar Manajemen Bisnis Global, dan Pimpinan Perusahaan. Key informan dipilih berdasarkan penilaian peneliti (Hermawan & Amirullah, 2016). Mereka dipilih karena merupakan subjek utama yang berhubungan langsung dengan topik penelitian.

3. *Technique of Data Collection*

Teknik yang digunakan meliputi wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan wawasan langsung dari karyawan Generasi Z, sementara studi dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi dari kebijakan perusahaan dan dokumen terkait lainnya.

4. *Instruments*

Instrumen yang digunakan adalah panduan wawancara untuk memastikan pertanyaan yang relevan dan konsisten dalam mendapatkan data yang dibutuhkan. Analisis dokumen juga

menjadi bagian dari instrumen untuk memeriksa kebijakan perusahaan terkait strategi manajemen Generasi Z.

5. *Technique of Data Analysis*

Analisis data dilakukan secara tematik. Data dari wawancara dan analisis dokumen dianalisis untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul terkait dengan strategi efektif dalam merekrut dan mengelola karyawan Generasi Z dalam konteks manajemen bisnis global.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

Studi ini menemukan bahwa implementasi strategi efektif dalam merekrut dan mengelola karyawan Generasi Z di lingkungan manajemen bisnis global dapat memberikan dampak yang signifikan. Beberapa hasil utama yang ditemukan meliputi: organisasi global menggunakan pendekatan inovatif dalam merekrut karyawan Generasi Z, seperti pemanfaatan teknologi digital untuk menarik perhatian dan mencari talenta potensial dari kalangan Generasi Z yang cenderung mengandalkan media sosial dan platform digital, pengelolaan karyawan Generasi Z dilakukan dengan memperhatikan preferensi mereka terhadap fleksibilitas kerja, teknologi yang mendukung produktivitas, dan umpan balik yang kontinyu. Organisasi mengadaptasi kebijakan dan struktur kerja untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan keseimbangan kehidupan kerja, implementasi strategi-strategi ini memberikan dampak positif terhadap kinerja organisasi dalam hal retensi karyawan, motivasi kerja, inovasi, dan adaptasi terhadap perubahan pasar global yang dinamis.

2. Pembahasan

Pembahasan dalam artikel ini mengangkat implikasi praktis dari temuan penelitian tersebut. Beberapa aspek yang dibahas antara lain: pentingnya adaptasi strategi rekrutmen dan pengelolaan untuk mengakomodasi karakteristik khusus Generasi Z, seperti kecenderungan terhadap teknologi dan nilai-nilai pekerjaan yang berbeda, bagaimana lingkungan bisnis global yang berubah mempengaruhi pendekatan organisasi dalam merekrut dan mengelola karyawan Generasi Z, serta adaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar, tantangan dalam mengelola perbedaan generasi di tempat kerja, sambil melihatnya sebagai peluang untuk meningkatkan keragaman dan inovasi dalam organisasi, serta rekomendasi praktis bagi pemimpin organisasi global dalam merancang kebijakan dan praktik manajemen yang inklusif dan berkelanjutan untuk Generasi Z, yang dapat meningkatkan kinerja dan keberlanjutan organisasi.

D. Kesimpulan

Studi ini memberikan panduan praktis bagi perusahaan yang ingin merekrut dan mengelola karyawan Generasi Z secara efektif dalam lingkungan bisnis global. Dengan memahami karakteristik dan preferensi Generasi Z, perusahaan dapat mengembangkan strategi perekrutan dan manajemen adaptif yang memanfaatkan kekuatan generasi ini. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kinerja dan kepuasan karyawan Generasi Z tetapi juga berkontribusi pada keberhasilan keseluruhan organisasi dalam pasar global yang kompetitif.

E. Referensi

- Aulia, P., Moeliono, N., & Putri, D. A. K. (2024). PENGARUH POLA ASUH DAN MOTIVASI TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA GENERASI Z. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(1), 187–196. <https://doi.org/10.37481/sjr.v7i1.795>
- Chaudhry, S. (2024). Sustaining talent: a social exchange perspective on the Generation Z workforce. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/DLO-11-2023-0245>
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & kualitatif. In *Metode Penelitian Bisnis Bandung*.
- Hidayat, D., Tjandra, E. U., & Herawati, N. (2023). Gen Z Digital Leadership through Social Media.

- WIDYAKALA JOURNAL: JOURNAL OF PEMBANGUNAN JAYA UNIVERSITY, 10(2), 62.
<https://doi.org/10.36262/widyakala.v10i2.779>
- Jäckel, K., & Garai-Fodor, M. (2024). Aspects of Generation Z job choice in 2023 based on the results of primary research among Chinese and Hungarian youth. *2024 IEEE 22nd World Symposium on Applied Machine Intelligence and Informatics (SAMI)*, 000111–000114. <https://doi.org/10.1109/SAMI60510.2024.10432882>
- Ma, K., & Fang, B. (2023). Exploring Generation Z's expectations at future work: the impact of digital technology on job searching. *European Journal of Training and Development*. <https://doi.org/10.1108/EJTD-05-2023-0076>
- Putri, P. K. (2024). GEN Z DI DUNIA KERJA: Kepribadian dan Motivasi Jadi Penentu Produktivitas Kerja. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 30–38. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i1.650>
- Wulandari, Y. F., Rahastine, M. P., Afianto, H., Bastian, Y., & Murtiadi, M. (2023). Tantangan Komunikasi di Era Digital: Memahami Generasi Z. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* (E-ISSN 2745-4584), 4(1), 621–630. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.4058>
- Zhu, Y. (2023). The Impact of Media on Generation Z and Possible Future Social Changes. *Communications in Humanities Research*, 22(1), 36–41. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/22/20231566>