

## **Self-Esteem dan Work Engagement Pada Karyawan Generasi Milenial**

**<sup>1</sup>Atika Kharisma Octha Varisia, <sup>2</sup>Sowanya Ardi Prahara**

<sup>1,2</sup> Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
email: 18081374@student.mercubuana-yogya.ac.id

### **Abstrak**

#### **Artikel INFO**

Diterima : 8 Februari 2023  
Direvisi : 15 Maret 2025  
Disetujui : 31 Mei 2025

DOI:  
<http://dx.doi.org/10.24014/jp.v14i2.21796>

Generasi milenial, sebagai mayoritas angkatan kerja saat ini, memiliki karakteristik khas yang turut membentuk dinamika dan iklim kerja di organisasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dengan *work engagement* pada karyawan generasi milenial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif non-eksperimen. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang memiliki karakteristik karyawan generasi milenial, dan usia minimal 20 tahun dan maksimal 39 tahun. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan Skala *Work Engagement* yang mengacu pada *The Utrecht Work Engagement Scale* dan Skala *Self-Esteem*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik korelasi Spearman-*rho*. Hasil menunjukkan ada hubungan positif antara *self-esteem* dengan *work engagement* pada karyawan generasi milenial ( $r_{xy} = 0,817, p < 0.001$ ). Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan *self-esteem* karyawan generasi milenial dapat menjadi salah satu upaya strategis organisasi dalam meningkatkan tingkat *work engagement* secara optimal.

**Kata kunci:** *Self-esteem, work engagement, dan karyawan generasi milenial*

### ***Self-Esteem and Work Engagement In The Millennial Generation Of Employees***

#### **Abstract**

*The millennial generation, as the majority of the current workforce, has distinctive characteristics that contribute to shaping the dynamics and work climate in organizations. This study aims to determine the relationship between self-esteem and work engagement in millennial generation employees. Respondents in this study amounted to 100 people who have the characteristics of millennial generation employees, and a minimum age of 20 years and a maximum of 39 years. The sampling technique used purposive sampling method. Data collection using the Work Engagement Scale which refers to The Utrecht Work Engagement Scale and the Self-Esteem Scale. The data analysis technique used is the Spearman-rho correlation technique. The results show there is a positive relationship between self-esteem and work engagement in millennial generation employees ( $r_{xy} = 0.817, p < 0.001$ ). The implications of the results of this study indicate that developing the self-esteem of millennial generation employees can be one of the organization's strategic efforts in increasing the level of work engagement optimally.*

**Keywords:** *self-esteem, work engagement, and millennial generation employees*

## **Pendahuluan**

Sumber daya manusia dianggap sebagai aset terpenting dalam suatu organisasi atau perusahaan (Hariandja, 2002). Putra dan Sobandi (2019) mengatakan bahwa memiliki sumber daya manusia yang tepat dapat memberikan kinerja yang diharapkan berdampak pada perkembangan suatu lembaga atau pun perusahaan. Sejalan dengan Hariandja (2002) menyadari karyawan sebagai aset penting, maka perusahaan perlu menaruh atensi khusus pada karyawan, selalu

memberi kenyamanan pada karyawan, dan berusaha untuk memastikan keselamatan karyawan di tempat kerja, dengan demikian karyawan merasakan bahwa pekerjaan yang dilakukan adalah suatu pengalaman yang berharga yang karyawan dapatkan.

Dalam suatu perusahaan, tenaga kerja terdiri dari berbagai generasi yaitu generasi matures, baby boomers, generasi X, dan generasi Y atau milenial (De Meuse & Mlodzik, 2010). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), penduduk Indonesia rentang usia 20 hingga

40 tahun diprediksi akan mencapai 83 juta jiwa pada tahun 2020, terhitung 34% dari total penduduk Indonesia sebesar 271 juta jiwa (Budiati dkk., 2018). Bersumber dari hasil Sensus Penduduk tahun 2020, jumlah penduduk Indonesia mencapai 270,2 juta jiwa, dengan generasi Z mendominasi sebanyak 74,93 juta jiwa, diikuti oleh generasi milenial sebanyak 69,38 juta jiwa, dan generasi X sebanyak 58,65 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2020). Sejalan dengan Survei Angkatan Kerja Nasional 2021, di mana andil tertinggi pada angkatan kerja nasional adalah generasi milenial sebesar 37,37%, dan generasi X sebesar 34,52% (Badan Pusat Statistik, 2021).

Generasi milenial merupakan generasi yang dianggap lebih cepat dalam menerima suatu perubahan dan perkembangan teknologi modern (Anantatmula & Shrivastav, 2012). Hal ini sejalan dengan Budiati, dkk (2018) mengatakan bahwa generasi millennial mempunyai karakteristik seperti kepercayaan diri yang tinggi, fokus dengan tujuan, memiliki kreatifitas, berani, dan mandiri. Karakteristik lainnya yaitu generasi milenial memungkinkan diri sendiri untuk terus berkembang melalui pekerjaan seperti menggali pengetahuan baru, memperoleh kompetensi baru, memiliki sudut pandang baru, dan bertemu lebih banyak orang (Gallup, 2016). Generasi milenial yang memiliki karakter tersebut inilah yang akan mengisi dunia perkantoran (Dale Carnegie, 2017).

Individu yang merupakan bagian dari generasi milenial inilah, nantinya yang akan bertanggung jawab atas kesinambungan bisnis perusahaan (Anwar, 2018). Menurut Adkins (2016) dalam bekerja generasi milenial tidak hanya ingin memperoleh gaji tetapi generasi milenial juga ingin meraih tujuan dan mayakini bahwa setiap pekerjaan memiliki arti. Pentingnya suatu arti dalam bekerja membuat generasi milenial perlu mengalami variasi tempat kerja rata-rata 20 kali selama

hidupnya (Cran, 2017). Sejalan dengan penelitian Twenge (2010) generasi milenial dapat beralih dari satu pekerjaan ke pekerjaan lain demi meningkatkan kepercayaan diri individu tersebut. Hal ini juga disampaikan oleh Park dan Gursoy (2012) ketika semangat pada karyawan generasi millennial mengalami penurunan dan kesehatan mental karyawan terganggu, maka karyawan milenial cenderung memilih meninggalkan tempatnya bekerja. Tetapi, ketika karyawan menemukan makna dalam pekerjaannya, maka karyawan menjadi sangat terikat dengan pekerjaannya. Maka dari itu, karyawan millennial membutuhkan keterikatan kerja yang baik untuk meningkatkan performa dalam menyelesaikan tugas (Bakker & Leiter, 2010).

Schaufeli dan Bakker (2004) menyatakan bahwa keterikatan kerja (work engagement) merupakan suatu gagasan yang baik berdasarkan diri seseorang dan sebagai suatu pemenuhan kebutuhan yang terkait dengan pekerjaan yang berhubungan dengan keadaan psikologis dan ditandai dengan semangat (*vigor*) diartikan sebagai energi tinggi, ketahanan mental serta keinginan diri individu dalam memberikan kontribusi yang maksimal dalam menyelesaikan pekerjaan, dan ketahanan diri individu ketika berhadapan dengan kesulitan saat bekerja, dedikasi (*dedication*) diartikan sebagai rasa antusias, terinspirasi, memiliki perasaan bangga, dan perasaan tertantang pada pekerjaan, dan penghayatan (*absorption*) diartikan sebagai konsentrasi yang penuh, menjalankan pekerjaannya dengan senang hati sehingga waktu seolah-olah berlalu dengan cepat, dan muncul perasaan kesulitan bagi individu ketika meninggalkan pekerjaan maupun tugas.

Menurut penelitian Dale Carnegie Indonesia yang berjudul "*Employee Engagement Among Millennials*" (2016), yang melibatkan 603 karyawan milenial di 6 kota besar di Indonesia (Makassar, Medan, Jakarta, Balikpapan, dan Bandung) terungkap bahwa

hanya 25% dari mereka yang menunjukkan keterikatan penuh terhadap perusahaan tempat mereka bekerja (Dale Carnegie, 2017). Selain itu, Shabrina dan Mardiawan (2017) melakukan penelitian mengenai *work engagement* di Bandung dan menemukan bahwa 30% karyawan memiliki tingkat keterikatan kerja yang tinggi, sementara 70% lainnya menunjukkan tingkat keterikatan yang rendah. Survey tingkat *work engagement* pada karyawan juga pernah dilakukan oleh Gallup (2021) hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dari sembilan negara di Asia Tenggara, Indonesia menempati peringkat kelima yaitu sebesar 22% karyawan yang *engaged*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan di Indonesia mengenai *work engagement* masih rendah.

Seharusnya karyawan milenial memiliki *work engagement* yang tinggi untuk perkembangan suatu perusahaan karena menurut Suyani (2012) bahwa *work engagement* tinggi yang dimiliki karyawan berkorelasi langsung dengan kinerja perusahaan yang semakin tinggi pula. Ketika karyawan merasa bahwa dalam organisasi suatu perusahaan mendukung karyawan, melibatkan karyawan dalam setiap pekerjaan, serta memberikan tugas-tugas yang menantang, yang mana dalam hal tersebut membantu kebutuhan karyawan secara psikologis, sehingga karyawan akan cenderung merespon dengan memberikan lebih banyak waktu dan tenaga kepada organisasi di suatu perusahaan (Bakker dkk, 2011).

Sebaliknya *work engagement* rendah yang dimiliki karyawan maka akan menunjukkan kurangnya minat dalam bekerja, kurang fokus, berkurangnya aktivitas dan kurangnya semangat dalam melakukan pekerjaan (Pri & Zamralita, 2018). Rendahnya *work engagement* berdampak negatif bagi perusahaan dan karyawan, ditandai dengan kurangnya kontribusi karyawan dalam tugas-tugas mereka, lalai akan tanggung jawab,

tidak disiplin, tidak memiliki harapan positif terhadap perusahaan, tidak adanya motivasi untuk mengembangkan karir, dan menolak jika diberikan tugas yang lebih berat. (Iqbal, Khan, & Iqbal, 2012). Akibatnya, hal ini memengaruhi efektivitas perusahaan secara keseluruhan, di mana tingkat produktivitas menurun, karyawan merasa kurang puas dengan pekerjaannya, sehingga berdampak pada penurunan kinerja pemasaran dan tingkat kepuasan pelanggan. (Solomon & Sridevi, 2010). Lebih lanjut, Cahyana dan Prahara (2020) menyatakan bahwa tingkat *work engagement* yang rendah juga dapat memicu munculnya *turnover intention*.

Bakker dan Demerouti (2008) menyebutkan beberapa faktor yang dapat memengaruhi *work engagement* yaitu *job demands*, *job resources*, *personal resources*, dan *personality*. *Job demands* terdiri atas *work overload*, *emotional demands*, *emotional dissonance*, dan *organizational changes*. *Job resources* diantaranya terdiri atas dukungan sosial, umpan balik kinerja, keterampilan, serta motivasi. Selain itu, *job resources* juga dapat berupa budaya organisasi. (Prahara & Hidayat, 2020). *Personal resources* yang terdiri atas *self-efficacy*, *self-esteem*, dan optimisme (Bakker dkk, 2011). *Personal resource* juga dapat berupa kepuasan kerja (Halias & Prahara, 2020); *work family enrichment* (Susilo & Prahara, 2019); *adversity intelligence* (Prahara dkk., 2021); *career adaptability* (Prahara dkk., 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan perhatian pada salah satu variabel dari *personal resources*, yaitu *self-esteem*, dalam kaitannya dengan *work engagement*. *Self-esteem*, kepuasan kerja, dan kinerja adalah beberapa cara untuk mempengaruhi seberapa besar tingkat keterikatan kerja (Knight, 2011,[14]). *Self-esteem* dipandang sebagai faktor kunci yang menentukan apakah seorang karyawan akan secara aktif terlibat dalam program-program yang memotivasi mereka untuk mencapai serta meningkatkan kinerja,

atau justru tidak terlibat sama sekali. (Riyanto, Endri, & Herlisha 2021, [15]).

*Personal resources* secara signifikan diyakini dapat mempengaruhi *work engagement* (Ayu dkk, 2015). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Arifin (2013) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *self-esteem* dan *work engagement*. Karyawan dengan tingkat *self-esteem* yang tinggi cenderung lebih terlibat dalam pekerjaan, menunjukkan antusiasme dan semangat kerja yang tinggi. Selain itu, mereka juga lebih terdorong untuk memberikan usaha terbaik demi mencapai tujuan yang diinginkan, mampu menghargai diri sendiri, dan secara konsisten termotivasi untuk menampilkan performa kerja yang optimal (Bakker & Demerouti, 2007).

Menurut Coopersmith (1967), *self-esteem* adalah cara individu menilai atau memandang dirinya sendiri berdasarkan reaksi yang diterimanya dari lingkungan, yang diekspresikan melalui sikap penerimaan atau penolakan. Hal ini menunjukkan sejauh mana individu memiliki kepercayaan diri serta keyakinan terhadap kemampuan yang dimilikinya. Coopersmith (1967) mengemukakan *self-esteem* pada individu terdiri atas 4 aspek diantaranya *power*, *significance*, *virtue*, dan *competence*.

Maslow (2013) menyebutkan bahwa individu dengan *self-esteem* tinggi biasanya lebih optimis, percaya diri, lebih mampu, dan lebih produktif. Menurut Branden (2010) individu dengan *self-esteem* yang tinggi cenderung lebih kreatif dalam bekerja untuk meraih keberhasilan, memiliki peluang yang lebih besar dalam membangun hubungan interpersonal, serta menunjukkan sikap yang lebih positif dan gembira dalam menghadapi berbagai situasi. Ketika karyawan memiliki sikap positif yang tinggi dalam diri individu, maka karyawan akan bertanggung jawab terhadap pekerjaannya dimana hal ini menunjukkan tingkat engagement pada

karyawan tinggi (Kimberly & Utoyo, 2013). Dengan demikian, karyawan yang terlibat dalam pekerjaan cenderung memiliki banyak harapan positif, terbuka terhadap informasi baru, lebih aktif, dan memiliki kemauan untuk melampaui harapan dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan. (Bakker & Demerouti, 2007).

Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* yang rendah cenderung bersikap hipersensitif, kurang percaya diri, cenderung menghindari risiko, serta rentan mengalami perasaan putus asa, kesepian, keterasingan, dan berbagai bentuk ketidaknyamanan emosional lainnya. (Rosenberg & Owens, 2001). Menurut Hui dan Lee (2000) individu dengan *self-esteem* rendah cenderung menganggap situasi kerja sebagai ancaman, menarik diri dari lingkungan, suka mengeluh, tertekan secara emosional, menurunkan motivasi dan komitmen organisasi. Hal tersebut akan dapat berpengaruh pada *work engagement* pada karyawan di mana karyawan tidak bersemangat dalam bekerja menunjukkan bahwa karyawan memiliki *work engagement* rendah sehingga hal ini dapat menunjukkan perilaku kontraproduktif serta memiliki dampak pada penurunan target organisasi atau perusahaan (Whittington dkk, 2017).

Penelitian mengenai hubungan antara *self-esteem* dan *work engagement* telah banyak dilakukan sebelumnya, sebagaimana ditunjukkan oleh Herlina dan Izzati (2021), Pathardikar, Sahu, dan Srivastava (2019) serta Amalia dan Budiono (2021), yang dengan konsisten mendapati hubungan positif dari kedua variabel tersebut. Selain itu, penelitian Arifin (2013) juga menemukan hal serupa, namun dengan fokus pada pegawai di Kantor Sekretariat Kabinet. Perbedaan penelitian ini adalah pada fokusnya terhadap karyawan generasi milenial, yang saat ini mendominasi angkatan kerja dan memiliki karakteristik unik dalam dinamika organisasi. Dengan mempertimbangkan

bahwa generasi milenial memiliki nilai, motivasi, serta ekspektasi kerja yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, penelitian ini berupaya memberikan perspektif baru mengenai bagaimana self-esteem berperan dalam meningkatkan work engagement dalam kelompok demografis ini. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menemukan hubungan antara self-esteem dan work engagement pada karyawan generasi milenial..

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya pemahaman empiris mengenai peran self-esteem dalam meningkatkan work engagement pada karyawan generasi milenial. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi organisasi dalam merancang strategi pengelolaan sumber daya manusia yang lebih efektif, dengan menitikberatkan pada kesejahteraan psikologis karyawan.

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif non-eksperimen, dengan 2 variabel yang terlibat, yaitu *self-esteem* sebagai variabel bebas dan *work engagement* sebagai variabel tergantung.

Sebanyak 100 responden terlibat sebagai subjek dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria atau karakteristik tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Kriteria subjek dalam penelitian ini mencakup karyawan yang telah bekerja minimal selama 1 tahun dan termasuk dalam kategori angkatan kerja milenial, yaitu berusia antara 20 hingga 39 tahun, yang bekerja di PT. X.

## **Pengukuran**

Alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner model Skala *Likert*. Untuk mengukur *work engagement*, digunakan skala yang disusun oleh Susilo dan Prahara (2019) yang mengacu

pada The *Utrecht Work Engagement Scale (UWES)* berdasarkan teori Schaufeli dan Bakker (2004). Skala ini terdiri dari 15 aitem dan menggunakan 4 pilihan jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Berdasarkan hasil uji coba Skala *Work Engagement* yang dilakukan oleh Susilo dan Prahara (2019) diperoleh nilai daya beda aitem yaitu 0,304-0,635 dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,844. Skala *Self-Esteem* yang dibuat oleh Mantong dan Prahara (2022) berdasarkan teori Coopersmith (1967) yang terdiri dari 20 aitem dengan menggunakan 4 alternatif pilihan jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Hasil uji coba awal pada Skala *Self-Esteem* yang dilakukan oleh Mantong dan Prahara (2022) didapatkan nilai uji coba daya beda aitem yaitu 0,407-0,700 dengan *cronbach alpha* sebesar 0,909. Peneliti kemudian melakukan uji coba ulang pada Skala *Self-Esteem*, dan memperoleh nilai daya beda aitem yaitu 0,415-0,709 dengan koefisien reabilitas alpha sebesar 0,918.

## **Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi Spearman-*rho* (*rank spearman correlation coefficient*) yang dikembangkan oleh Charles Spearman. Analisis ini dilakukan dengan bantuan SPSS 24 *for windows* untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dengan *work engagement*.

## **Hasil**

Total partisipan dalam penelitian ini berjumlah 100 karyawan generasi milenial dengan rentang usia 20 – 35 tahun. Berdasarkan data yang dikumpulkan, mayoritas subjek berada dalam rentang 20–25 tahun sebanyak 84 orang (84%), diikuti oleh usia 26–30 tahun sebanyak 13 orang (13%), dan hanya 2 orang (2%) yang berusia 31–35 tahun. Seluruh partisipan merupakan laki-laki (100%), karena hanya responden laki-laki

saja yang mengisi skala yang dibagikan. Berdasarkan segi pengalaman kerja, sebagian besar responden memiliki pengalaman kerja 1–3 tahun sebanyak 81 orang (81%), diikuti oleh 18 orang (18%) dengan pengalaman kerja 4-6 tahun, dan hanya 1 orang (1%) yang memiliki pengalaman kerja lebih dari 7 tahun.

Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis diperoleh kategorisasi untuk variabel *work engagement* yaitu 78% partisipan (78 subjek) berada dalam kategori tinggi, 22% (22 subjek) dalam kategori sedang, dan tidak ada partisipan (0%) yang termasuk dalam kategori rendah. Sementara itu, variabel *self-esteem* juga diklasifikasikan ke dalam tiga kategori. Kategorisasi yang pertama sebanyak 81 karyawan (81%) pada kategori tinggi, kedua sejumlah 19 karyawan pada kategori sedang (19%). Kategori ketiga, yaitu tingkat rendah, tidak ada karyawan yang termasuk di dalamnya.

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorof-Smirnov* (KS-Z) diperoleh bahwa variabel *work engagement* memiliki nilai KS-Z = 0,093 dengan  $p = 0,031$  ( $p < 0,050$ ) dan untuk variabel *self-esteem* memiliki nilai KS-Z = 0,135 dengan  $p = < 0,001$  ( $p < 0,050$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa sebaran data kedua variabel tidak mengikuti distribusi normal. Menurut Hadi (2015) apabila jumlah data cukup besar ( $\geq 30$  subjek), maka distribusi data dapat dianggap normal atau mendekati sangat normal. Berdasarkan data tersebut variabel *work engagement* dan variabel *self-esteem* dapat digunakan untuk di uji linieritas dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil uji linearitas diperoleh nilai  $F = 198,587$  dengan taraf signifikansi  $p < 0,001$ . Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara *self-esteem* dengan *work engagement*. Data yang diperoleh melalui Skala *Work Engagement* dan Skala *Self-Esteem* sebagai dasar dalam pengujian hipotesis. Hasil penelitian diperoleh

yaitu terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self-esteem* dan *work engagement* dengan nilai korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,817 dengan  $p < 0,001$ . Temuan ini menunjukkan bahwa *self-esteem* berperan penting dalam memengaruhi tingkat *work engagement* pada karyawan generasi milenial. Temuan ini sejalan dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, yaitu semakin tinggi *self-esteem* maka semakin tinggi pula *work engagement*. Sebaliknya, semakin rendah *self-esteem* maka semakin rendah tingkat *work engagement* pada karyawan generasi milenial.

## Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dengan *work engagement* pada karyawan generasi milenial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel tersebut dengan nilai korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,817. Temuan ini mengindikasikan bahwa *self-esteem* memiliki peran yang kuat dalam memengaruhi tingkat *work engagement* pada karyawan generasi milenial. Hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan peneliti yaitu semakin tinggi *self-esteem* maka semakin tinggi pula *work engagement*. Sebaliknya, semakin rendah *self-esteem* maka semakin rendah pula *work engagement* karyawan generasi milenial.

*Self-esteem* merupakan variabel yang memberikan kontribusi positif terhadap *work engagement*. Temuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Arifin (2013); Herlina dan Izzati (2021); Pathardikar, Sahu, dan Srivastava (2019); Amalia dan Budiono (2021) yang membuktikan adanya hubungan positif antara *self-esteem* dengan *work engagement*. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus subjek yang dipilih, penelitian terdahulu lebih banyak memilih subjek pegawai, sementara penelitian ini peneliti lebih berfokus dalam

membahas *self-esteem* dan *work engagement* pada karyawan khususnya generasi millennial. Selanjutnya, kelebihan dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokusnya yang mana hanya meneliti satu variabel independen yaitu *self-esteem* tanpa melibatkan variabel lain, sehingga analisis menjadi lebih terarah dan mendalam. Selain itu, keunggulan lainnya adalah pada pemilihan subjek penelitian, yaitu karyawan yang secara khusus merupakan bagian pada angkatan kerja milenial. Hal ini menjadikan penelitian ini relevan dengan dinamika dan isu-isu kontemporer yang berkaitan dengan kehidupan generasi milenial, yang saat ini banyak menjadi perhatian dalam dunia kerja dan manajemen sumber daya manusia.

Hasil penelitian ini mendukung temuan sebelumnya yang dilakukan oleh Arifin (2013), yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *self-esteem* dengan *work engagement*. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa setiap aspek dalam *self-esteem* memberikan kontribusi terhadap tingkat *work engagement* pada karyawan generasi milenial. Mengacu pada teori Coopersmith (1967), *self-esteem* terdiri dari 4 aspek yaitu *power* (kekuatan), *significance* (keberartian), *virtue* (kebajikan), *competence* (kemampuan).

Pada aspek *power* merupakan kemahiran seseorang dalam mengatur dan mengontrol diri sendiri maupun orang lain, serta kemampuan tersebut dapat memberikan sebuah pengakuan dari orang lain atas perilaku yang dirinya lakukan (Coopersmith, 1967). Berdasarkan hasil penelitian ini, karyawan milenial memiliki keyakinan terhadap dirinya, dan merasa yakin mampu mengurus dirinya sendiri, tidak memiliki kesulitan dalam mengambil keputusan, serta giat dalam bekerja. Hal ini sejalan dengan Coopersmith (1967) dimana individu pada aspek ini memiliki keyakinan diri yang tinggi dan memiliki motivasi diri, sehingga individu yang memiliki kekuatan (*power*) tinggi

ditandai dengan adanya hubungan kerja yang positif dan individu dapat dipercaya.

Lebih lanjut dijelaskan, adanya hubungan kerja yang positif akan memengaruhi kinerja dan *work engagement* pada karyawan, di mana karyawan mampu menghadapi tantangan dan cenderung fokus pada pekerjaan (Federman, 2009). Berdasarkan hasil penelitian, dengan adanya kondisi tersebut membuat karyawan generasi milenial yang bekerja memiliki sikap dan pandangan positif terhadap perusahaan ketika adanya kemampuan mengatur dirinya sendiri dan dapat menghasilkan sebuah pengakuan dari orang lain sehingga membuat karyawan mampu bertahan pada tekanan. Didukung oleh penelitian Sukoco, Fu'adah, dan Muttaqini (2020) menunjukkan bahwa karyawan milenial yang mampu tetap fokus dan konsentrasi dalam bekerja serta menikmati pekerjaannya menunjukkan tingkat *work engagement* yang tinggi.

*Significance* merupakan kepedulian dan afeksi yang diterima individu dari orang lain (Coopersmith, 1967). Berdasarkan hasil penelitian ini, karyawan milenial mudah disukai dan diterima oleh orang lain, menerima perhatian serta dilibatkan dalam proses kerja kelompok. Lebih lanjut, menurut Coopersmith (1967) individu yang memiliki keberartian (*significance*) akan mampu mendeskripsikan dirinya saat berinteraksi dengan orang lain, memiliki pandangan positif, serta merasa nyaman bertemu dan berinteraksi dengan orang baru. Karyawan generasi milenial merasa termotivasi dalam bekerja ketika individu menerima umpan balik dan perhatian secara personal, komunikasi yang transparan dan terbuka dengan rekan kerja, penetapan tujuan dan visi yang jelas, dan dengan hadirnya motivasi ekstrinsik yang memberi dorongan kepada karyawan agar lebih termotivasi dalam bekerja (Hannus, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian, dengan adanya kondisi tersebut membuat karyawan generasi milenial yang bekerja memiliki

keberartian pada dirinya, memiliki pandangan positif, sehingga karyawan dapat bekerja secara profesional dan antusias. Hal ini diperkuat oleh penelitian Shah (2017) karyawan milenial yang antusias dan bangga terhadap pekerjaannya serta merasa senang dalam bekerja menunjukkan tingkat work engagement yang tinggi.

*Virtue* merupakan kemampuan yang dimiliki individu dalam berperilaku sesuai dengan standar moral, etika dan agama (Coopersmith, 1967). Berdasarkan hasil penelitian ini, karyawan milenial berperilaku sesuai standar aturan, serta selalu bersikap jujur. Sejalan dengan Coopersmith (1967) individu pada aspek ini selalu berbica jujur dan berperilaku baik, sehingga individu yang memiliki kebajikan (*virtue*) mampu bertindak sesuai standar moral yang ditetapkan. Sama halnya karyawan milenial yang memiliki optimisme tinggi, meyakini nilai-nilai moral dan sosial, serta menghargai keberagaman (Lancaster & Stillman, 2010).

Menurut hasil penelitian, dengan adanya kondisi tersebut membuat karyawan generasi milenial yang bekerja mampu berkomitmen, disiplin, dan produktif dalam bekerja. Hal ini didukung oleh Wellins dan Concelman (2005) mengatakan bahwa karyawan yang berperilaku dengan standar peraturan yang ditetapkan akan menciptakan karyawan yang memiliki semangat kerja, berkomitmen, produktif, dan memiliki *engagement* yang positif. Sukoco, Fu'adah, dan Muttaqini (2020) mengatakan bahwa karyawan milenial yang merasa puas, memiliki kebermaknaan, dan menampilkan kinerja terbaiknya menunjukkan tingkat work engagement yang tinggi.

*Competence* merupakan suatu performansi yang dimiliki individu dalam proses mencapai prestasi ataupun sebuah tugas dalam organisasi (Coopersmith, 1967). Berdasarkan hasil penelitian ini, karyawan milenial merasa bangga dengan pekerjaannya, memiliki sikap optimisme terhadap masa

depan, dan melakukan pekerjaan secara maksimal. Hal ini sejalan dengan Coopersmith (1967) individu pada aspek ini memiliki kepercayaan pada kemampuan diri dan usaha yang tinggi, sehingga individu dengan kemampuan yang baik akan memberikan performa yang baik, berani dalam mengambil resiko, serta adanya kepuasan terhadap dirinya.

Berdasarkan hasil penelitian, dengan adanya kondisi tersebut membuat karyawan milenial mampu bekerja secara proaktif, mampu mencapai harapan, dan menyelesaikan tugas dengan maksimal. Lebih lanjut, karyawan yang menunjukkan kemampuan dalam bekerja akan mampu bekerja secara aktif, dengan disertai adanya energi yang positif, serta selalu berusaha dalam melakukan tugas pekerjaannya secara maksimal, hal tersebut sebagai indikasi adanya *work engagement* yang baik pada karyawan (Robertson, 2007). Sejalan dengan penelitian Kurniawan dan Mulyani (2021) menunjukkan bahwa karyawan milenial yang memiliki banyak energi, antusiasme dan stamina dalam bekerja serta dapat mengidentifikasi dan merasa bahagia dalam pekerjaannya, cenderung memiliki tingkat *work engagement* yang tinggi.

Dalam penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari adanya kelemahan dan hambatan, salah satunya pada pada uji normalitas yang tidak mengikuti distribusi normal. Hal ini diakibatkan karena beberapa faktor, yaitu adanya kesenjangan dalam data akibat data yang terlalu tinggi, atau karena data yang dihasilkan memiliki kecenderungan serupa dalam jumlah yang besar. Selain itu, hal ini juga mungkin disebabkan oleh data yang terfokus pada skor tertinggi atau terendah saja (Riyanto & Hatmawan, 2020). Tentunya hal ini menjadi catatan penting untuk lebih memperhatikan sebaran data pada skala yang diuji agar dapat memperoleh hasil yang normal atau dengan menambah jumlah subjek penelitian. Selain itu, agar

tidak mengalami kesulitan dalam analisis data, peneliti juga perlu memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang teknik analisis yang digunakan, sehingga dapat menghindari kendala serupa di masa depan.

Harapan peneliti bagi peneliti selanjutnya adalah untuk memperluas kontribusi variabel yang diteliti. Oleh sebab itu, disarankan agar penelitian di masa mendatang mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi munculnya *work engagement*, seperti *self-efficacy* maupun optimisme, untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang berkontribusi dalam meningkatkan keterlibatan kerja.

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara *self-esteem* dengan *work engagement* pada karyawan generasi milenial yang bekerja di PT. X. Temuan ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat *self-esteem* karyawan, maka semakin tinggi *work engagement* karyawan. Sebaliknya, semakin rendah *self-esteem* maka semakin rendah pula *work engagement* pada karyawan. Selain itu, hasil kategorisasi menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan di perusahaan tersebut memiliki *self-esteem* dan *work engagement* yang tergolong tinggi.

### **Daftar Pustaka**

Adkins, A. (2016). Millennials: The Job-Hopping Generation. Retrieved from <https://www.gallup.com/workplace/236474/millennials-job-hopping-generation.aspx>.

Anantatmula, V. S., & Shrivastav, B. (2012). Evolution of Project Teams for Generation Y Workforce. *International Journal of Managing Projects in Business*, 5(1), 9–26. <https://doi.org/10.1108/17538371211192874>

Anwar, F. (2018). Engagement Tenaga Kerja Milenial Indonesia Hanya 25%. *Yongster.Id*. <https://youngster.id/headline/engagement-tenaga-kerja-milenial-indonesia-hanya-25/>

Arifin, A. (2013). Hubungan Self-Esteem Dengan Work Engagement pada Pegawai di Kantor Sekretariat Kabinet. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 1–9.

Ayu, D. R., Maarif, S., & Sukmawati, A. (2015). Pengaruh Job Demands, Job Resources dan Personal Resources terhadap Work Engagement. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 12–22. <https://doi.org/10.17358/jabm.1.1.12>

Azwar, S. (2021). *Penyusunan Skala Psikologi (III)*. Pustaka Pelajar.

Badan Pusat Statistik. (2020). Berita Resmi Statistik Hasil Sensus Penduduk 2020. *Bps.Go.Id*, 27, 1–52. <https://papua.bps.go.id/pressrelease/2018/05/07/336/indeks-pembangunan-manusia-provinsi-papua-tahun-2017.html>

Badan Pusat Statistik. (2021). *Keadaan Angkatan Kerja di Indonesia*. <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/07/ee355fee591c3b6841d361b/keadaan-angkatan-kerja-di-indonesia-agustus-2021.html>

Bakker, A. B., Albrecht, S. L., & Leiter, M. P. (2011). Key Questions Regarding Work Engagement. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(1), 4–28. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2010.485352>

Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The Job Demands-Resources Model: State of The Art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309–328. <https://doi.org/10.1108/02683940710733115>

Bakker, A. B., & Leiter, M. (2010). Work engagement: A Handbook Of Essential Theory and Research. *Psychology Press*.

Branden, N. (2010). *Kiat Jitu Meningkatkan Harga Diri (Self-Esteem)*. Delapratasa Publishing.

- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A. I., & Saputri, V. G. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia* (pp. 1–153). Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedent Of Self Esteem*. San Francisco : Freeman and Company.
- Cran, C. (2017). *101 tips mengelola generasi x, y, dan zoomer di tempat kerja*. KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Dale Carnegie. (2017). *Hanya 25 persen Millennials yang Setia kepada Perusahaan*. <https://www.dalecarnegie.id/sumberdaya/media/media-coverage/hanya-25-persen-millennials-yang-setia-kepada-perusahaan/>
- De Meuse, P. K., & Mlodzik, K. J. (2010). A Second Look at Generational Differences in The Workforce : Implications for HR and talent management. *Korn/Ferry Leadership and Talent Consulting*, 33(2), 50–58.
- Finney, M. (2010). *Engagement: Cara Kerja Membuat Karyawan Mencurahkan Kemampuan Terbaik untuk Perusahaan*. Jakarta: PPM.
- Gallup. (2016). How millennials Want to Work and Live Purpose. *Gallup Inc*. [www.gallup.com/contact](http://www.gallup.com/contact)
- Gallup. (2021). State of the Global Workplace: 2021 report. *Workplace Insight*, 219.
- Hadi, S. (2015). *Metodologi Riset*. Pustaka Pelajar.
- Hannus, S. (2016). Traits of the Millennial Generation: Motivation and leadership. *Corporate Communication Master Thesis, Departement of Communication Aalto University School of Business*.
- Hariandja, M. T. . (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Grasindo.
- Herlina, D. A., & Izzati, U. A. (2021). Hubungan antara Self Esteem dengan Work Engagment Pada Pegawai Dinas “X.” *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(5), 1–15.
- Hershatte, A., & Epstein, M. (2010). Millennials and the World of Work: An Organization and Management Perspective. *Journal of Business and Psychology*, 25, 211–223. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10869-010-9160-y>
- Hui, C. ., & Lee, C. (2000). Moderating Effects of Organization-Based Self-Esteem on Organizational Uncertainty: Employee Response Relationships. *Journal of Management*, 26, 215–232. <https://doi.org/10.1177/014920630002600203>
- Ivancevic, S., & Ratkovic, T. (2016). Millennials in the Workplace [Presentasi makalah]. *Symorg 2016, Zlatibor, Serbia*.
- Kimberly, & Utoyo, S. D. B. (2013). *Hubungan antara Psychological Well-Being dengan Work Engagement pada Karyawan yang Bekerja di Lokasi Tambang*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Knight, R. (2011). Employee Engagement, A Study of Employee Engagement at Topaz’s South Dublin Region Services Stations. [https://norma.ncirl.ie/599/1/Robert\\_Knight.pdf](https://norma.ncirl.ie/599/1/Robert_Knight.pdf)
- Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2010). *The m-factor: How the Millennial Generation is Rocking the Workplace*. New York: HarperCollins.
- Mantong, F. G., & Prahara, S. A. (2022). Hubungan antara Self-Esteem dengan Subjective Well-Being pada Ibu yang Bekerja. *Yogyakarta: Program Studi Psikologi Fakultas Piskologi UMBY*.
- Marcelino, C. W., & Bangun, W. (2022). Loyalitas Karyawan Generasi Y Sebagai Dampak dari Kepuasan Kerja dan Lingkungan Kerja. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(7).
- Maslow, A. H. (2013). *Motivasi dan Kepribadian ( Teori Motivasi Dengan Pendekatan Hirarki Kebutuhan Manusia)*. PT. PBP, Jakarta.
- Naim, M. F., & Lenka, U. (2018). Development and retention of Generation Y Employees: A Conceptual Framework. *Emerald*

- Insight-- Employee Relations*, 40(2), 433–355. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ER-09-2016-0172>
- Othman, N., & Nasuridin, A. M. (2012). Social Support and Work Engagement: A Study of Malaysian Nurses. *Journal of Nursing Management*, 21, 1083–1090. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1365-2834.2012.01448.x>
- Park, J., & Gursoy, D. (2012). Generation Effect on Work Engagement Among US Hotel Employees. *Internasional Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1195–1202.
- Putra, Y. D., & Sobandi, A. (2019). Pengembangan Sumber Daya Manusia Sebagai Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 4(1), 127. <https://doi.org/10.17509/jpm.v4i1.14963>
- Riyanto, S., Endri, E., & Herlisha, N. (2021). Effect of Work Motivation and Job Satisfaction on Employee Performance: Mediating Role of Employee Engagement. *Problems and Perspectives in Management*, 19(3), 162- 174.
- Rosenberg, M., & Owens, T. (2001). *Extending Self Esteem Theory and Research: Sociological and Psychological Currents*. New York: Cambridge University Press.
- Schaar, A. K., Calero Valdez, A., Hamann, T., & Ziefle, M. (2019). Industry 4.0 and Its Future Staff Matching Millennials Perceptions of A Perfect Job With Thee Requirements of Digitalization. *In 7th International Conference on Competitive Manufacturing (COMA 2019), Stellenbosch, South Africa*, 246–252.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job Demands, Job Resources, and Their Relationship with Burnout and Engagement: A Multi-Sample Study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293–315. <https://doi.org/10.1002/job.248>
- Shabrina, I. T., & Mardiawan, O. (2017). Studi Deskriptif Work Engagement pada Karyawan PT. Silkargo Indonesia Cabang Bandung Divisi Marketing dan Operasional. *Prosiding Psikologi*, 3(2), 415–421.
- Susilo, D. F., & Prahara, S. A. (2019). Work-Family Enrichment dan Work Engagement Pada Karyawan yang Sudah Menikah. *Mediapsi*, 5(2), 108–116.
- Suyani, R. (2012). Employee Engagement. *Human Capital Journal*.
- Twenge, J. . (2010). A review of the Empirical Evidence on Generational Differences in Work Attitudes. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), 201–210.
- Whittington, J. L., Meskelis, S., Asare, E., & Beldona, S. (2017). Enhancing Employee Engagement: an Evidence-Based Approach. In *Enhancing Employee Engagement*. New York: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-54732-9>