

ANALISIS PERSEPSI PEKERJA GENERASI Z SEBAGAI GENERASI STRAWBERRY TERHADAP REWARD

Ni Ketut Arniti¹, Putu Adi Saskara Putra², I Putu Yoga Purnama Wijaya³, I Komang Arif Ariyadi⁴, I Putu Dharmawan Pradhana⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pendidikan Nasional Denpasar

Email: ketutarniti@undiknas.ac.id

Abstrak

Generasi Z merupakan salah satu generasi yang sangat lekat dengan teknologi dan internet. Generasi ini memiliki pemikiran dan cara yang berbeda ketika melihat dan menghadapi kehidupan. Sehingga mereka sering dikaitkan dengan generasi Strawberry, Generasi Z bisa dikaitkan dengan generasi Strawberry karena mereka memiliki mental yang sangat lembek ketika menghadapi tekanan dari hidup, maka dari itu mereka dikaitkan dengan buah strawberry yang dimana perumpamaan buah strawberry yang sangat mudah hancur jika mendapatkan tekanan. Ada berbagai cara yang dapat dilakukan agar mereka tidak menjadi generasi strawberry antara lain adalah pola asuh orang tua, memberikan kepercayaan ketika ingin mengeksplor dunia luar dan tidak memanjakan mereka ketika masih kecil. Selain itu mereka memiliki pandangan tersendiri tentang reward ketika mereka sudah bekerja, ini yang membuat mereka berbeda dengan generasi lainnya ketika berada di lingkungan kerja. Itu menjadikan perusahaan harus mencari cara agar bisa mencari solusi dari bagaimana Generasi Z melihat dunia kerja agar mereka bisa mendapatkan kinerja yang optimal. Mereka memiliki pandangan terhadap reward dari tempat mereka bekerja merupakan hal yang wajar bagi mereka, karena itu adalah hak mereka. Maka para pemilik usaha dan perusahaan harus bisa mencari solusi agar bisa mengoptimalkan kinerja dari Generasi Z ini.

Kata Kunci: *Generasi Z, Generasi Strawberry, Reward.*

Abstract

Generation Z is a generation that is very attached to technology and the internet. This generation has different thoughts and ways of seeing and facing life. So, they are often associated with the Strawberry generation, Generation Z can be associated with the Strawberry generation because they have a very soft mentality when facing the pressures of life, therefore they are associated with strawberries, which is an example of a strawberry which is very easily destroyed when under pressure. There are various ways that can be done so that they do not become the strawberry generation, including parenting, giving them trust when they want to explore the outside world and not spoiling them when they are still small. Apart from that, they have their own views about rewards when they work, this is what makes them different from other generations when they are in the work environment. This makes companies have to look for ways to find solutions to how Generation Z sees the world of work so that they can get optimal performance. They view that rewards from the place where they work are normal for them, because it is their right. So, business owners and companies must be able to find solutions to optimize the performance of Generation Z.

Keywords: *Generation Z, Generation Strawberry, Reward.*

A. PENDAHULUAN

Sangat pesatnya perkembangan teknologi pada saat ini menyebabkan perubahan dan memberikan pengaruh yang sangat besar kepada perkembangan di seluruh dunia (Strauss, William, 1991). Dengan munculnya teknologi-teknologi baru yang mempermudah kehidupan manusia dalam segala bidang, terutama dalam mengakses teknologi dan informasi. Perkembangan teknologi juga memberikan dampak terhadap kelahiran seseorang ke dunia, yang dimana hal tersebut masuk dalam kepada pemggolongan sejumlah generasi ke generasi yang lahir. Pembagian generasi ini bermula dari Benua Amerika. Teori generatif yang telah di kemukakan oleh sejumlah ahli, meskipun memiliki istilah yang berbeda-beda tetapi pada umumnya itu memiliki arti yang sama (Strauss, William, 1991). Dengan teori perbedaan generasi yang di populerkan oleh Ahli Bernama Neil Howe dan William Strauss pada buku "Generations : the history of America's future, 1584 to 2069" Pada tahun 1991 yang membagi generasi berdasarkan kesamaan waktu lahir dan adanya peristiwa sejarah yang terjadi (Strauss, 1991) Adapun pembagian dari generasi ini adalah sebagai dalam tabel berikut:

Pertama, ada generasi veteran yang dikenal sebagai generasi yang pendiam dan kalem. Generasi ini termasuk generasi yang sangat disiplin dan konservatif dalam melakukan sesuatu (Strauss, 1991). Generasi ini biasanya hidup pada saat perang dunia terjadi, jadi generasi ini hampir tidak ada mengenal dan menggunakan teknologi pada saat ini.

Kedua, ada generasi Baby Boomer, penyebutan baby boomer bukan semata tanpa sebab, generasi ini disebut generasi Baby Boomer karena pada saat itu kelahiran bayi sangat tinggi (Jurkiewicz & Brown, 1998). Generasi Baby Boomer lahir pada rentang tahun 1946-1960. Generasi ini lahir setelah perang dunia selesai, generasi berprinsip hidup yang memegang teguh adat istiadat dan budaya sehingga generasi ini kental dengan budaya dan kepercayaan yang mereka anut sendiri, dengan sebab itu generasi ini adalah generasi yang baru mengenal teknologi.

Ketiga, ada generasi X yang memiliki rentang lahir dari tahun 1960-1980. Yang dimana generasi ini mengecap awal dari perkembangan teknologi tersebut seperti pada hal penggunaan komputer atau PC (*Personal Computer*). Generasi ini sudah mulai berubah dari generasi sebelumnya, yang dimana generasi ini sudah mulai bisa menerima perkembangan teknologi yang ada dan memiliki sifat yang Tangguh dan karakter yang mandiri dan loyal (Jurkiewicz & Brown, 1998).

Selanjutnya ada generasi Y, yang dimana generasi ini sudah mulai menggunakan teknologi informasi seperti yang kita gunakan sekarang ini. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993, adapun beberapa contoh aplikasi yang sudah di gunakan adalah seperti Facebook, Email, SMS dan masih banyak aplikasi yang sudah kita gunakan sekarang. Yang membedakan karakteristik dari generasi ini adalah mereka mengikuti perkembangan dimana mereka dibesarkan, berdasarkan strata ekonomi yang ada, dan dari sosial ekonomi keluarganya (Jurkiewicz & Brown, 1998). Pola komunikasi dan pandangan generasi ini juga lebih terbuka dan lebih mudah menerima perubahan yang terjadi. Sehingga tidak jarang generasi ini terlihat sangat reaktif terhadap perubahan yang terjadi di sekeliling mereka.

Generasi selanjutnya setelah itu adalah generasi Z, generasi ini lah yang akan di angkat menjadi objek penelitian pada kali ini karena diperkirakan memiliki pengaruh paling besar yang akan di angkat oleh peneliti. Generasi Z atau GEN Z sebutan kerennya adalah mereka yang lahir pada kurun waktu tahun 1995-2010 yang dimana mereka adalah generasi global awal yang nyata dan teknologi menjadi darah daging bagi mereka (Jurkiewicz & Brown, 1998). Mereka tumbuh di lingkungan yang tidak pasti dan sangat kompleks. Mereka yang lahir pada generasi ini umumnya memiliki orientasi yang tinggi pada karir mereka dan mereka merupakan generasi yang sangat ambisius terhadap suatu hal. Selain itu generasi ini di dukung dengan memiliki pengetahuan terhadap teknologi yang tinggi dan sangat baik dalam menguasai

teknologi. Kebanyakan dari mereka sekarang sudah mengenyam bangku kuliah atau perguruan tinggi dan sudah mulai memasuki kedalam dunia pada tahun 2021. Generasi ini tumbuh dengan internet dan teknologi, dan media sosial yang terkadang bisa menyebabkan mereka kecanduan dan lupa terhadap real-life mereka karena terlalu asik menjadi keyboard warrior, anti-sosial, atau SJW (*Sosial Justice Warrior*) sebutan mereka di twitter (Phelan, 2019). Konteks tersebut dapat menghasilkan generasi yang hiper kognitif yang mudah nyaman terhadap hal virtual (Francis & Hoefel, 2018).

Dengan karakteristik yang dimiliki oleh Generasi Z ini, mereka mudah menerima segala perubahan yang ada di masa sekarang, mereka cenderung bisa mentolerir perbedaan budaya yang ada. Generasi Z adalah generasi yang memiliki pengaruh lebih besar dari pada generasi-generasi sebelumnya. Generasi Z umumnya menggunakan internet sebagai tempat membagi keluh kesah mereka kepada sesama teman virtual atau orang lain, maka ketika mereka mendapatkan sesuatu atau mengalami sesuatu baik itu bahagia maupun tidak mereka akan membaginya di sosial media (Francis & Hoefel, 2018).

Generasi Z juga sering dikaitkan dengan generasi Strawberry yang dimana generasi Z sekarang memiliki mental yang tidak kuat dan cenderung mudah menyerah ketika melakukan sesuatu. Generasi Z disebut generasi strawberry pada awalnya karena mereka memiliki self diagnosis, didikan yang manja dari orang tua dan beberapa labeling dari keluarga atau orang tua mereka yang kadang memiliki hal negatif dan mereka juga kebetulan lahir di era pertumbuhan teknologi yang sangat pesat (Hia et al., 2023). Jadi Generasi Z merupakan generasi yang bisa dibilang lembek dalam berbagai hal, apalagi dalam bidang pekerjaan karena mereka sangat mudah menyerah dan gampang baper ketika menanggapi tekanan pekerjaan mereka.

Generasi Z menurut Renald Khasali (2017) merupakan generasi yang *digital natives* yang dimana dia mengatakan generasi ini adalah anak yang lahir setelah teknologi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa generasi strawberry merupakan generasi yang melek teknologi dan pandai dalam menggunakan teknologi. Jadi generasi ini sangat pandai dimasa kini meskipun mereka tidak perlu belajar untuk mengetahui hal baru dan hanya menggunakan smartphone mereka untuk mengakses segala hal yang mereka ingin tahu.

Gaya hidup generasi Z yang fomo terhadap trend yang ada dan sangat berpengaruh kepada gaya hidup Generasi Z. Salah satu trend bagi mereka saat ini adalah berkumpul, berdiskusi dan beraktifitas bersama rekan-rekannya di Coffe Shop. Seperti yang di katakan (Rista et al., 2023) (dalam Jurnalnya yang mengatakan “Coffe Shop menawarkan tempat nongkrong dengan kapasitas yang cukup banyak, instagramable, dan fasilitas yang sangat memadai sehingga pengunjung betah berlama-lama. Tersedia area indoor dan outdoor. Coffe shop kebanyakan memiliki desain ruangan dan bangunan yang cukup unik karena dibangun dengan konsep rumah kaca serta dikelilingi oleh banyaknya tanaman rimbun yang menghiasi area nongkrong”).

Coffe shop merupakan pilihan yang cukup populer di masa kini untuk kalangan Generasi Z. Dengan gaya hidup yang mereka punya dan keinginan tetap ekses di Media sosial maka mereka mau tidak mau menjadikan *Coffe Shop* sebagai salah satu pilihan untuk menjadi kehidupan yang implusif atau kebutuhan yang tidak terlalu penting tapi mereka berusaha mengikuti trend dan kebutuhan hidup sekarang (Mediana, 2022).

Generasi Z menganggap reward merupakan hal yang cukup penting dalam melakukan pekerjaan karena kebanyakan generasi Z bekerja sekarang tidak hanya memikirkan persoalan tentang uang. Generasi Z merupakan generasi yang sangat cepat berubah pendirian dan cenderung lembek dalam menghadapi dunia kerja. Jadi sekarang Perusahaan atau dunia kerja yang menggaet Generasi Z sebagai pegawai harus bisa membaca bagaimana kebiasaan dan hal yang dapat mengganggu kinerja Generasi Z. Hal kecil dapat mengubah Generasi Z menjadi lebih bersemangat dalam bekerja, seperti yang di katakan oleh Gustaf dalam Kompas.com,

yang menyatakan apresiasi kecil itu penting. Aku merasa tidak mendapatkannya meski aku memperoleh pendapatan yang menarik. Malahan, aku sering mendapati atasan yang suka pakai pendekatan micro management (kontrol berlebihan).

Persepsi menurut Harisah & Masiming (2008) adalah kemampuan manusia dalam menalar sesuatu atau intuisi manusia dalam panca indra dalam menalar sesuatu atau kejadian. Jadi persepsi berfungsi sebagai hal mendasar yang dimiliki oleh manusia dalam menjalani kehidupan, terkhusus bagi Generasi Z yang memiliki persepsi mengenai apapun yang mereka lakukan harus mendapatkan suatu imbalan atau bahasa kerennya reward. Jadi Generasi Z di masa sekarang sangat lekat dengan reward baik itu dalam arti self reward ataupun dalam arti lain. Persepsi mereka yang sekarang sudah jauh berubah dari generasi sebelumnya yang terkenal keras dalam menjalani kehidupannya.

Persepsi Reward Bagi Generasi Z merupakan hal yang menarik karena menurut Generasi Z Reward adalah hal yang bisa bermanfaat bagi kehidupan mereka (Komunikasi et al., 2023). Selain itu reward bisa memberikan efek yang cukup banyak bagi generasi Z karena mereka juga dikenal dengan generasi yang cukup ribet dalam melakukan sesuatu kalau mereka tidak mendapatkan impact atau pengaruh bagi kehidupan mereka, jadi dengan persepsi mereka yang menganggap reward merupakan sesuatu yang menarik dan memberikan impact kedalam kehidupan mereka maka mereka akan melakukan sesuatu untuk mendapatkan sesuatu atau reward dari apa yang mereka lakukan. Selain itu seperti yang di ungkapkan oleh salah satu barista dari Balance Coffe yaitu Rama Oka (21 tahun)

“Menurutku reward itu hal yang penting ya bagi kehidupanku, abis itu reward tu kaya hal yang wajar ga si buat kita sekarang? soalnya kan kita kerja tu harus di hargailah kerja kerasnya. Jadi menurutku reward tu penting sama hal yang wajar kalo kita dapet di tempat kerja kita sekarang. Selain jadi penyemangat buat kita kerja itu juga bisa jadi bukti kalo kita layak buat naik jabatan karena kita sering dapet reward artinya kita kerjanya bagus.”

Balance Coffe merupakan coffe shop yang bertempat Jl. Bedugul No. 22X, Sidakarya, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 80224, usaha ini sudah berdiri sejak 3 tahun lalu, Balance coffe merupakan coffe shop sudah cukup terkenal di kalangan anak muda terutama mahasiswa undiknas, karena kebetulan anak dari owner Balance Coffe menempuh pendidikan di Undiknas. Rama oka adalah nama anak owner tersebut, dia mengungkapkan ketika dia menjadi barista disana dia diperlakukan seperti karyawan lainnya, dan tidak mendapatkan perlakuan yang spesial. Dia mengungkapkan bahwa jika kinerjanya bagus karyawan akan diberikan reward berupa kenaikan gaji maupun liburan bersama tim Balance coffe. Seperti yang di ungkapkan oleh Rama Oka (21 tahun) dia menjelaskan bahwa ketika karyawan diberikan reward saat bekerja bisa meningkatkan semangat mereka untuk mencapai reward tersebut. Selain itu dia juga mengungkapkan bahwa dengan adanya sistem reward yang jelas sangat membantu meningkatkan kinerja dan semangat karyawan.

Selain itu Generasi Z memiliki cara sendiri untuk men reward mereka seperti Self reward atau memberikan penghargaan kepada dirinya sendiri atau dengan mendapatkan reward dari Perusahaan ketika melakukan pekerjaannya. Seperti yang dijelaskan oleh Callanan (2019) sistem reward dari perusahaan perlu ditetapkan oleh perusahaan agar pegawai bisa mencapai kepuasan kerja dan meningkatkan peforma dalam bekerja, terutama untuk Generasi Z yang dimana mereka sangat senang di berikan apresiasi ketika melakukan suatu pekerjaan meskipun tidak selalu tentang uang. Jadi persepsi reward Generasi Z bisa berbentuk penghargaan baik uang atau sekedar sanjungan dari atasan di tempatnya bekerja yang dimana akan memberikan efek yang cukup besar di kehidupannya. Yang di perkuat hasil dari wawancara dengan salah satu dari Generasi Z yang menjadi barista di Balance Coffe yaitu Rama Oka (21 tahun) yang mengatakan “jadi reward tu penting banget si buat aku soalnya itu bisa jadi penyemangat juga pas kita kerja, abis itu reward ga harus tentang uang kok, misal kita kerja bagus terus kita di

sanjung itu aja udah bikin kita seneng, apalagi kita dikasi reward makin tambah bikin kita semangat. Apalagi reward kan bisa jadi bukti kalo kita kerja bagus.”

Jadi sesuai dengan hasil wawancara awal di atas, pernyataan dari Generasi Z memiliki beberapa cara untuk menanggapi persepsi tentang reward bagi kehidupan mereka.

Gabrielova & Buchko (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “*Here comes Generation Z: Millennials as managers*” menjelaskan bahwa ketika menghadapi Generasi Z sebagai pekerja mereka melakukan banyak pendekatan yang bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja mereka karena mereka memiliki karakteristik yang berbeda dengan beberapa generasi sebelumnya. Yang dimana dalam penelitian ini terdapat beberapa pendekatan yang digunakan untuk mengetahui karakteristik Generasi Z agar dapat mengoptimalkan kinerja mereka.

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Schroth, 2019) yang berjudul “*Are you ready for Generasi Z in the workplace?*” juga menunjukkan hal yang serupa yang dimana Generasi Z yang menjadi pekerja di suatu perusahaan dapat memberikan hal yang memberikan dampak positif pada perusahaan. Hal itu terjadi karena mereka memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya yang memiliki orientasi kerja yang berbeda dengan generasi lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Persepsi Pekerja Generasi Z sebagai Generasi Strawberry Terhadap “*Reward*”.

B. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan fokus pada memahami cara mengukur konsistensi atau akurasi penelitian. Teknik pengumpulan data adalah alat ukur yang dijadikan sebagai langkah dalam melaksanakan suatu penelitian (Sugiyono, 2018). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Metode yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data adalah teknik triangulasi. Triangulasi dipandang sebagai strategi penelitian kualitatif untuk menguji validitas melalui konvergensi informasi berbagai narasumber. Triangulasi ini menggunakan data dari berbagai sumber untuk menjawab pertanyaan yang dikemukakan oleh peneliti. Peneliti bisa menggunakan berbagai sumber dan peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap pertanyaan yang diajukan (Sugiyono, 2018).

Proses analisis data melibatkan langkah-langkah sistematis untuk mengolah data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Ini melibatkan mengorganisir data ke dalam kategori, merinci dalam unit-unit, menjalankan sintesis, menemukan pola-pola, menentukan informasi yang signifikan dan relevan, serta menyusun kesimpulan agar dapat dipahami dengan mudah oleh peneliti sendiri maupun oleh orang lain. Analisis data kualitatif memiliki sifat induktif, artinya analisis ini berasal dari data yang telah dikumpulkan, kemudian diolah untuk membentuk hipotesis atau kesimpulan (Sutriani & Octaviani, 2019).

Analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan guna memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap. Analisis data diperoleh melalui proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Dimana, data tersebut diorganisasikan ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri ataupun pembaca. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yang dimana penulis memperhatikan tata cara mengukur konsistensi atau akurasi penelitian kualitatif. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yang merupakan suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh dan dikembangkan menjadi hipotesis.

Analisis data yang digunakan penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti menggunakan bantuan software NVivo 14. NVivo adalah singkatan dari NUD*IST dan Vivo. NUD*IST

(NonNumerical Unstructured Data Indexing Searching and Theorizing) merupakan software yang dirancang untuk melakukan pengembangan, dukungan, dan manajemen proyek analisis data kualitatif. Dimana software ini berfungsi untuk mendapatkan efektivitas serta efisiensi untuk mencapai tujuan. Penulis disarankan untuk menggunakan fitur NCapture untuk memudahkan penulis dalam mengunduh artikel dan juga memindahkannya ke dalam software NVivo 14. Pada penelitian ini penulis menggunakan software NVivo 14 yang memiliki fitur Coding Comparison Query yang pada umumnya digunakan untuk memberi kode ataupun tanda pada artikel yang mempunyai kalimat atau kata penting yang berkaitan dengan penelitian penulis.

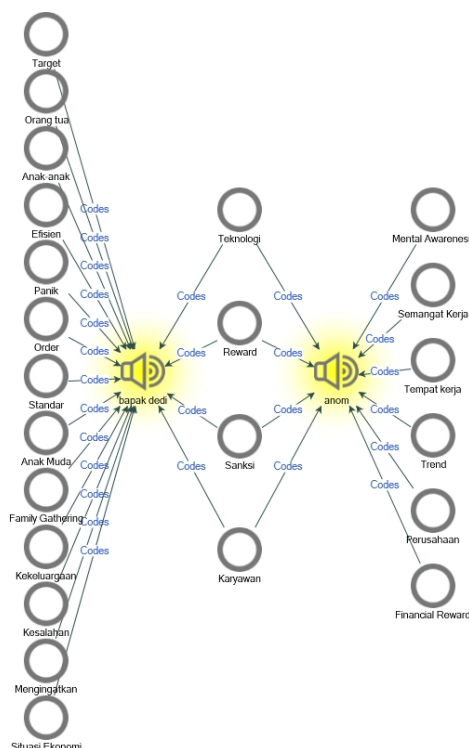
Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah pendekatan analisis data model Miles & Huberman selama penelitian dilakukan di lapangan. Proses analisis data dilakukan seiring dengan pengumpulan data, baik dalam periode pengumpulan maupun setelahnya. Saat melakukan wawancara, peneliti telah melakukan analisis awal terhadap tanggapan dari responden. Peneliti melakukan upaya untuk mengajukan pertanyaan tambahan dan mengeksplorasi jawaban yang lebih mendalam jika diperlukan. Proses analisis data kualitatif dilakukan secara berkelanjutan dan interaktif, sampai semua aspek telah dieksplorasi sepenuhnya, sehingga datanya terungkap dengan lengkap (Sutriani & Octaviani, 2019).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan *project map* di atas dapat dilihat bahwa semua informan mengalami atau memiliki tanggapan yang sama terhadap persepsi mereka terhadap reward, mereka menganggap reward merupakan salah satu unsur yang sangat penting untuk diberikan, hal ini dikatakan oleh karyawan dan juga oleh owner perusahaan. Hal ini dikonfirmasi oleh semua informan yang mengatakan hal yang hampir mirip yaitu ketika mereka diberikan reward oleh perusahaan, sebagai karyawan hal itu akan memberikan motivasi lebih kepada mereka, selain itu dengan reward yang diberikan berupa materi atau uang dapat membantu mereka memenuhi kebutuhan hidup mereka dalam berbagai sektor kehidupan. Hal yang sama juga dikatakan oleh Owner dari perusahaan, dia merasakan dengan memperkerjakan karyawan yang kebanyakan Generasi Z, pemberian reward berupa materi atau hal lain itu sangat berdampak bagi mereka, terutama dari segi kinerja. Mereka memiliki peningkatan kinerja setelah diberikan reward oleh perusahaan. Jadi pemberian reward ini sangat berpengaruh kepada para karyawan Generasi Z, dalam bagaimana mereka melihat reward di tempat mereka bekerja merupakan suatu apresiasi kepada kerja keras mereka. Hal ini juga dikonfirmasi oleh beberapa artikel antara lain yaitu artikel yang berjudul “Rewards, autonomous motivation and turnoverintention: Results from a non-Western cultural context” yang dimana penelitian ini berfokus pada menguji pengaruh dari pemberian hadiah atau imbalan terhadap motivasi para pekerja. Penelitian ini memiliki hasil yang positif dalam bagaimana pemberian reward kepada karyawan perusahaan yang membuat para karyawannya merasa nyaman untuk bekerja disana.

Selain itu reward sangat lekat dengan punishment karena kedua hal tersebut hal yang mengikat satu sama lain. Jadi para informan juga memiliki pandangan yang sama tentang bagaimana mereka menanggapi sanksi yang akan diberikan perusahaan, seperti yang dikatakan oleh Informan Anom dwipayana, dia mengatakan bahwa dengan adanya sanksi di suatu perusahaan akan membuat mereka memiliki disiplin yang tinggi terhadap pekerjaan yang dilakukan. Selain itu hal itu juga dikonfirmasi oleh informan lain yang bekerja sebagai karyawan yaitu Rangga, dia mengatakan dengan adanya sistem reward dan sanksi merupakan hal yang wajar di satu perusahaan, karena ketika kinerja karyawan baik, maka mereka akan diberikan hadiah atas kerja keras mereka, sedangkan ketika melakukan kesalahan, maka mereka akan dikenai sanksi yang didapatkan karena kelalaian mereka. Hal itu di konfirmasi oleh owner yang menjadi informan pendukung, yang mengatakan bahwa dengan adanya penerapan sanksi kepada karyawan akan memberikan mereka rasa takut untuk bekerja semena-

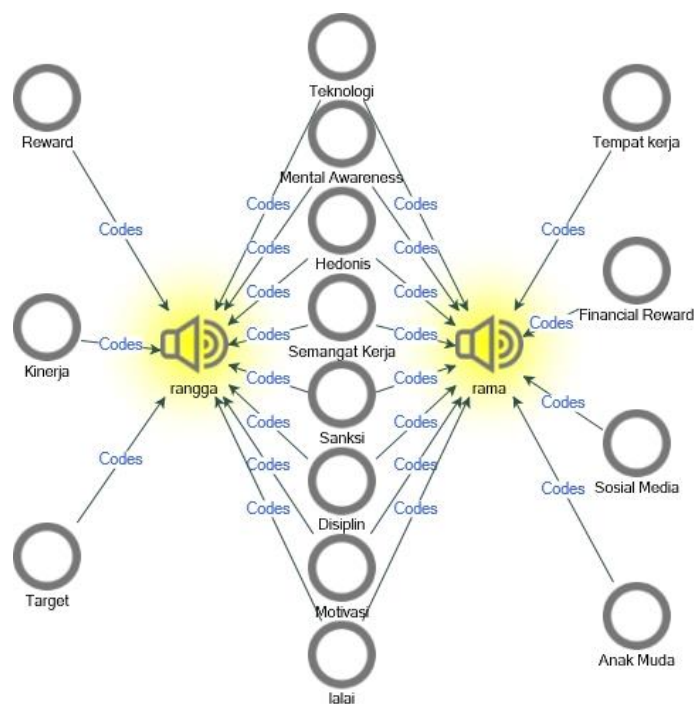
mena atau sesuai hati mereka, karena jika mereka tidak diberikan sanksi ketika melakukan pekerjaan tidak sesuai SOP akan merugikan perusahaan, walaupun sanksi yang diberikan tidak berat tapi setidaknya akan memberikan efek jera kepada karyawan karena tidak bekerja sesuai dengan SOP.



Gambar 1. Person's Statement Comparison Analysis

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

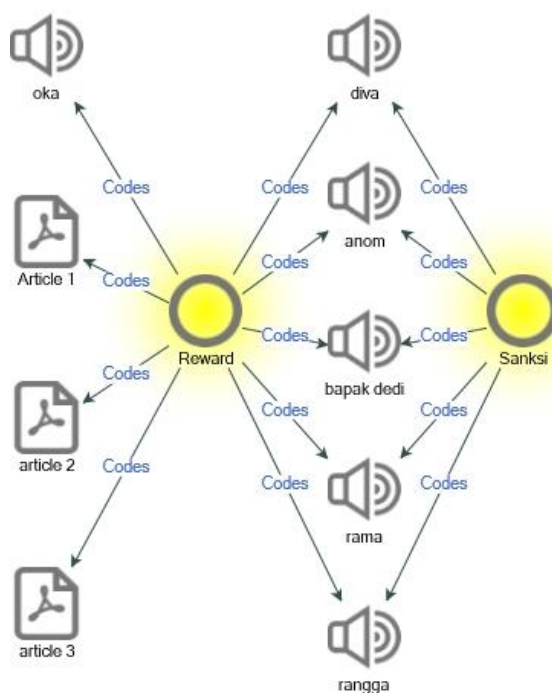
Dapat dilihat dari hasil komparasi statement dari Owner dan Karyawan dari Balance Coffe dapat dilihat bahwa mereka memiliki beberapa kesamaan persepsi tentang sanksi, dan mereka mengatakan dengan adanya pemberian sanksi karyawan akan bekerja sesuai dengan standar yang telah dibuat oleh perusahaan. Selain itu terdapat juga kesamaan persepsi tentang reward, Anom mengatakan jika para karyawan diberikan reward akan membantu mereka meningkatkan motivasi dan semangat dalam bekerja, hal itu juga dikatakan oleh owner dari Balance Coffe yang Kadek Dedi Suryadi, dia mengatakan bahwa cara menilai agar karyawan memiliki motivasi tinggi ketika bekerja, dengan memahami bagaimana cara Generasi Z memandang dunia kerja, dan memutuskan untuk memberikan mereka reward yang dapat menunjang kinerja mereka.



Gambar 2. Person's Statement Comparison Analysis

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dapat dilihat dari hasil code di atas terdapat beberapa persamaan persepsi yaitu tentang disiplin Rama Oka Surya mengatakan dengan adanya sistem punishment dan reward dia merasa ketika bekerja akan lebih disiplin, karena jika dia bekerja tidak sesuai dengan standar, maka dia akan mendapatkan hukuman dari owner perusahaan. Hal itu juga dikonfirmasi oleh karyawan lainnya yang bernama Rangga yang juga merupakan informan utama dalam penelitian ini, mengatakan jika bekerja tidak sesuai standar, maka dia akan diberikan hukuman oleh owner perusahaan karena itu merupakan hal yang merugikan perusahaan. Selain tentang disiplin, mereka mempunyai kesamaan persepsi tentang teknologi. Rama Oka Surya juga mengatakan, dengan adanya teknologi dapat membantu dia mengetahui banyak hal, terutama dalam menggunakan media sosial. Hal itu juga dikonfirmasi oleh Rangga yang mengatakan dia merupakan generasi yang sangat dekat dengan teknologi, karena dia sudah menggunakan teknologi semenjak di sekolah dasar.

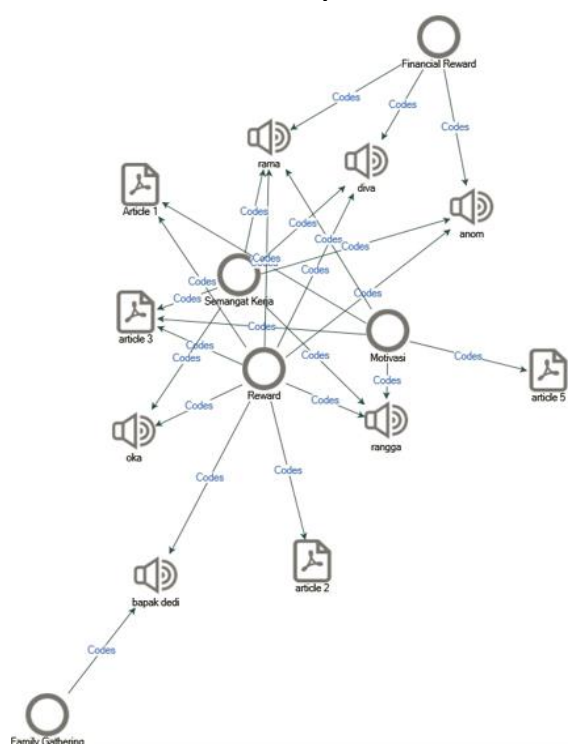


Gambar 3. Node Comparison Analysis

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Reward merupakan salah satu unsur penting yang dapat membantu karyawan untuk meningkatkan kinerja mereka seperti yang dikatakan oleh informan, seperti Rangga yang mengatakan bahwa reward sangat membantunya dalam meningkatkan motivasi dalam bekerja, hal ini juga di konfirmasi oleh informan lainnya yaitu Anom yang mengatakan bahwa dengan pemberian dari reward ini dapat menambah semangat dia dalam melakukan pekerjaan di tempat dia bekerja. Hal tersebut juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan owner Bapak Dedi yang mengatakan bahwa dengan dia memberikan reward kepada para pegawainya dapat membantu mereka semangat bekerja, dengan mereka semangat untuk melakukan pekerjaan maka mereka akan membantu perusahaan untuk mencapai targetnya. Selain itu pemberian reward yang dapat meningkatkan kinerja karyawan ketika bekerja juga diperkuat oleh beberapa artikel yaitu diantaranya artikel 1 yang berjudul “Rewards, autonomous motivation and turnover intention: Results from a non-Western cultural context” penelitian ini berfokus pada menguji pengaruh dari pemberian hadiah atau imbalan terhadap motivasi para pekerja. Penelitian ini memiliki hasil yang positif dalam bagaimana pemberian reward kepada karyawan perusahaan yang membuat para karyawannya merasa nyaman untuk bekerja disana. Selain itu artikel 2 yang berjudul “ Selamat Datang Generasi Z, Sang Penggerak Inovasi! ” yang dimana penelitian ini membahas tentang bagaimana perusahaan akan mengelola para pekerja Generasi Z yang akan memenuhi dunia pekerjaan yang akan datang, dalam penelitian ini membahas pemberian hadiah kepada karyawan dan memperlakukan Work-life balance kepada karyawan Generasi Z merupakan salah satu cara yang efektif dalam membantu mereka meningkatkan kinerja mereka ketika mereka bekerja di perusahaan. Selain reward diatas juga ada sanksi, hal tersebut dikonfirmasi oleh 5 informan antara lain adalah Dhiva, dia mengatakan dengan adanya selain adanya reward di perusahaan pasti akan menerapkan sanksi kepada para pegawainya, itu karena dengan mereka diberikan sanksi mereka akan belajar menghargai pekerjaan mereka dan mereka akan bekerja sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Dia juga mengatakan bahwa ketika karyawan diberikan sanksi karyawan akan bekerja serius karena ketika mereka diberikan sanksi hukuman yang terberat, dia akan kehilangan pekerjaannya. Selain itu informan yang mengkonfirmasi sanksi merupakan hal yang pantas diperlakukan adalah Rangga, dia mengatakan bahwa dengan adanya sanksi karyawan tidak bisa bekerja secara lalai ketika

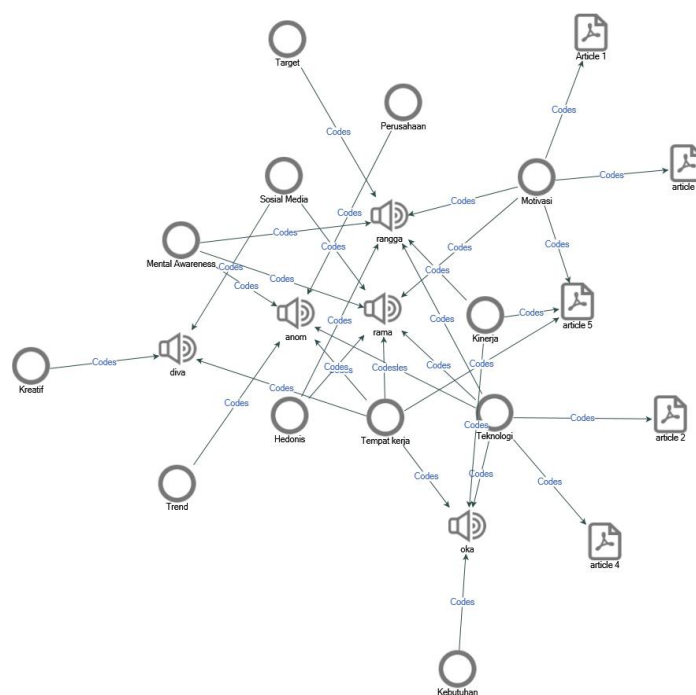
melakukan pekerjaan, dan menurutnya karyawan akan lebih disiplin ketika bekerja karena mereka takut dikenakan sanksi oleh owner perusahaan.



Gambar 4. Project Map Analisis

Sumber: Data Diolah, 2023

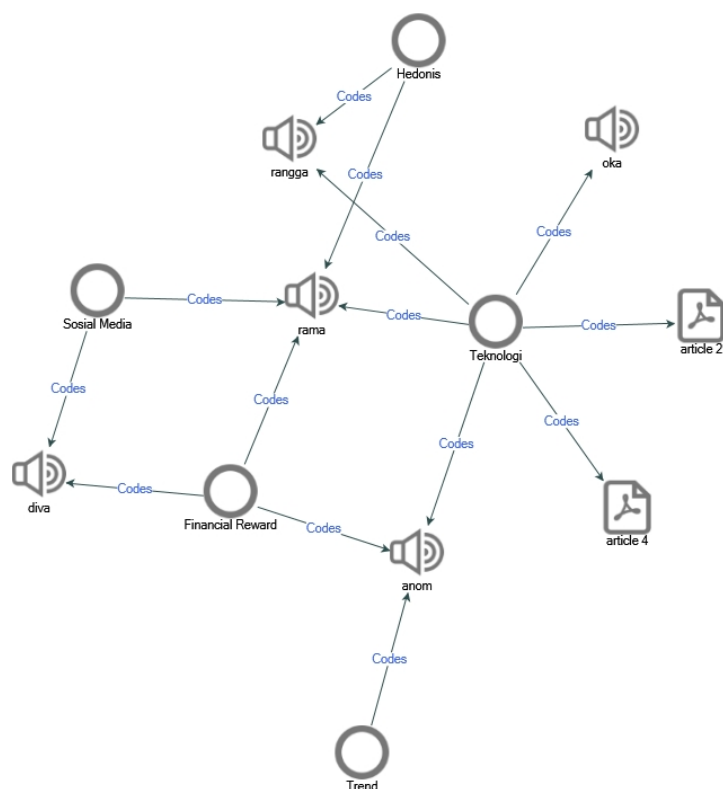
Dalam project map diatas dapat dilihat beberapa kata, dapat disimpulkan bahwa informan memiliki pendapat bahwa dengan adanya reward, mereka dapat menciptakan semangat kerja di Balance Coffe. Selain itu dengan pemberian reward kepada karyawan membuat mereka memiliki semangat kerja yang lebih, karena ketika mereka bekerja, mereka merasa dihargai. Selain itu terdapat kata financial reward yaitu dengan pemberian reward kepada karyawan yang dilakukan oleh owner karena mereka melakukan pekerjaan dengan baik. Selain dapat memberikan semangat yang lebih, mereka juga merasa dengan pemberian reward yang berupa materi atau uang sangat membantu mereka dalam kehidupan mereka. Sebagai Generasi Z yang hidup di jaman sekarang mereka lebih memilih diberikan reward berupa uang, dibandingkan dengan barang ataupun yang lainnya. Karena mereka harus memenuhi kebutuhan hidup mereka, hal ini dikatakan oleh hampir semua informan yang menjadi karyawan di Balance Coffe dan merupakan Generasi Z. Selain reward berupa uang di atas juga terdapat Family Gathering, dan Family Gathering ini dikatakan oleh informan pendukung yang merupakan owner dari Balance Coffe merupakan reward dalam bentuk lain. Selain dia memberikan reward berupa uang atau materi dia juga memprogramkan reward yang lain seperti liburan atau family gathering tersebut. Sebagai owner dia merasa, jika kinerja semua karyawan sudah baik dan target yang ditentukan sudah tercapai, dia akan memberikan hadiah berupa uang dan liburan kepada karyawan, hal itu juga sebagai caranya dalam mengayomi karyawan agar mereka memiliki hubungan yang harmonis di tempat kerja dengan partner mereka.



Gambar 5. Project Map Analysis

Sumber: Data Diolah, 2023

Dalam project map diatas dapat disimpulkan bahwa teknologi yang berkembang saat ini sangat membantu proses kinerja karyawan khususnya generasi Z. hal ini terkonfirmasi dari pendapat dari informan yang bernama Oka Dwi Saputra yang mengatakan bahwa dia ketika menggunakan teknologi, merasakan jauh lebih mudah untuk mengakses sesuatu di internet dan hal ini juga mempermudah dia dalam mempelajari hal yang baru. Ini juga di konfirmasi oleh artikel 1 yang berjudul “*Rewards, autonomous motivation and turnover intention: Results from a non-Western cultural context*” yang menjelaskan dimana ketika karyawan bekerja mereka bisa memanfaatkan teknologi dengan tepat guna agar mempermudah kegiatan mereka dalam melakukan pekerjaan. Selain itu ada motivasi yang dijelaskan oleh beberapa informan dan dibahas dalam beberapa artikel. Hal ini dijelaskan oleh informan rangga yang mengatakan, bahwa dia bekerja dan mendapatkan reward dari apa yang dia kerjakan, hal itu merupakan motivasi yang lebih ketika dia bekerja. Hal ini juga dikonfirmasi oleh informan yang lain bernama Oka ketika mereka mendapatkan hadiah atau reward dia merasakan motivasinya untuk melakukan pekerjaan lebih baik dan bersemangat. Dan dikonfirmasi juga dalam artikel 1 yang menyatakan dengan pemberian reward kepada karyawan yang berupa uang atau sanjungan dapat membuat karyawan merasa nyaman dan tidak ada keinginan untuk berhenti dari perusahaan. Dan artikel 2 yang menyatakan dengan interaksi manusia yang sekarang bersanding dengan teknologi membuat kemajuan semakin cepat dalam dunia teknologi, selain itu dengan adanya teknologi manusia dapat dengan mudah mengakses teknologi. Dan ada juga kinerja seperti yang dikonfirmasi oleh beberapa informan yaitu Oka Dwi Saputra, dia mengatakan pemberian reward itu sangat berpengaruh kepada kinerjanya seperti yang dikatakan dalam sesi wawancara yang mengatakan dengan adanya teknologi dan pemberian reward yang dilakukan oleh owner dapat membuat kinerja mereka semakin meningkat dan memberikan pengaruh yang positif. Dan dikonfirmasi juga oleh artikel 5 yang menjelaskan bahwa ada banyak faktor yang menentukan motivasi bekerja dari seorang Generasi Z. Faktor yang menentukan motivasi tersebut, yang pertama adalah rekan kerja yang baik, dan faktor yang kedua adanya pemberian hadiah atau reward.



Gambar 6. Temuan Khusus Karakter Hedonis Generasi Z

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan coding di atas, ditemukan beberapa temuan baru yaitu keterkaitan penggunaan teknologi sosial media dalam pengaruh kehidupan hedonisme yang dimiliki oleh Generasi Z. Seperti gambar di atas, informan Anom memiliki keterkaitan terhadap penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-harinya yang mengakibatkan dia memiliki pandangan khusus terhadap gaya hidupnya sebagai Generasi Z dalam menggunakan sosial media. Dia juga menjelaskan bagaimana caranya untuk tidak selalu mengikuti trend yang ada karena menurutnya ketika dia mengikuti trend yang hedonis, maka dia merasa trend tersebut tidak akan ada habisnya. Dan ketika dia mengikuti gaya hidup hedonis tersebut, maka akan menyebabkan dirinya rugi karena berusaha memenuhi kebutuhan yang tidak penting. Selain itu penggunaan teknologi juga di jelaskan oleh artikel 4 yang berjudul “*Are You Ready for Generasi Z in the Workplace?*” menyatakan keterkaitan teknologi yang dibahas di artikel tersebut adalah ketika kita sebagai manajer suatu perusahaan harus bisa memanfaatkan teknologi untuk mengelola karyawan kita yang akan di dominasi oleh Generasi Z. Manajer harus dapat memahami bagaimana cara untuk mengatasi permasalahan tersebut. Adapun hal lain yang memiliki keterkaitan dengan penggunaan teknologi terhadap financial reward kepada karyawan dijelaskan oleh informan Rama, yang menjelaskan dengan berkembangnya teknologi, kita semakin mudah mengakses hal yang baru yang sedang trend. Dengan adanya financial reward dapat membantu mereka untuk mengikuti beberapa trend yang sedang berlangsung. Karena dia sebagai generasi Z, mereka selalu ingin tampil trending dan mengikuti jaman.

oleh owner yang menjadi informan pendukung, yang mengatakan bahwa dengan adanya penerapan sanksi kepada karyawan akan memberikan mereka rasa takut untuk bekerja semena-mena atau sesuka hati mereka, karena jika mereka tidak diberikan sanksi ketika melakukan pekerjaan tidak sesuai SOP akan merugikan perusahaan, walaupun sanksi yang diberikan tidak berat tapi setidaknya akan memberikan efek jera kepada karyawan karena tidak bekerja sesuai dengan SOP.

D. KESIMPULAN

Pemberian reward kepada generasi Z yang bekerja di suatu perusahaan merupakan suatu cara yang cukup tepat untuk dilakukan oleh perusahaan agar dapat menunjang dan mendapatkan peningkatan kinerja dari karyawan Generasi Z. Karena mereka kebanyakan mengharapkan sesuatu dari apa yang mereka sudah kerjakan. Mereka merupakan generasi yang cukup perhitungan dalam dunia kerja. Seorang owner harus pandai memahami dan melihat bagaimana karakteristik para pegawainya, yang dimana itu bisa memudahkan dia untuk melihat atau menilai bagaimana cara menghandle atau mengatasi ketika dia memiliki masalah di tempatnya bekerja. Jadi dengan banyaknya pegawai yang merupakan generasi Z di dunia kerja sekarang owner harus bisa melihat apa yang harus dilakukan agar bisa mendapatkan kinerja yang optimal. Salah satu caranya adalah penerapan reward kepada pegawainya, karena dengan begitu para pekerja yang merupakan generasi Z dapat merasa bahwa kinerja atau kerja keras yang mereka lakukan itu di anggap dan dihargai.

Setiap generasi memiliki cara pandang dan karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya, apalagi disini Generasi Z yang dimana mereka kebanyakan merupakan generasi yang di anggap memiliki mental yang cukup lembek, jadi pemahaman owner tentang perbedaan generasi harus sangat diperhatikan mulai dari sekarang, owner harus bisa melihat bagaimana generasi Z menghadapi dunia kerja. Dengan penerapan pemberian sistem reward merupakan cara yang sangat tepat dilakukan kepada generasi ini, karena mereka merupakan generasi yang berpatokan kepada apa yang mereka kerjakan harus mendapatkan imbalan atau hadiah atas hasil kerja mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Callanan, D. (2019). *An Exploratory Study of Reward Management Systems; Millennial's vs Generation Z. A Qualitative Study. August.* <http://trap.ncirl.ie/>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). "True Gen": Generation Z and Its Implications for Companies. *McKinsey & Company*, 12, 1-10.
- Gabriellova, K., & Buchko, A. A. (2021). Here comes Generation Z: Millennials as managers. *Business Horizons*, 64(4), 489–499.
- Harisah, A., & Masiming, Z. (2008). Persepsi manusia terhadap tanda, simbol dan spasial. *SMARTek*, 6(1), 29–43.
- Hia, L. J., Claudia, & Monica. (2023). Kepemimpinan Kristen di Era Digital Terhadap Generasi Strawberry. *TRACK: Jurnal Kepemimpinan Kristen, Teologi, dan Entrepreneurship*, 2(1), 118–133.
- Jurkiewicz, C. L., & Brown, R. G. (1998). Generational comparisons of public employee motivation. *Review of Public Personnel Administration*, 18(4), 18–37.
- Mediana. (2022). *Cerita Pekerja Gen Z, Bekerja Tak Melulu Soal Uang*. Retrieved from: <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/03/12/cerita-pekerja-gen-z-bekerja-tak-melulu-soal-uang>
- Phelan, S. (2019). Neoliberalism, the far right, and the disparaging of "social justice warriors". *Communication, culture & critique*, 12(4), 455-475.
- Ramadani, A., & Sukardani, P. S. (2023). Persepsi Generasi Z Kota Surabaya Mengenai

- Reward pada Aplikasi Snackvideo. *Commercium*, 06(02), 100-106.
- Rhenald Kasali. (2017). *Mengubah Generasi Rapuh Menjadi Generasi Tangguh “Starberry Generation.”* Mizan Anggota Mikapi.
- Rista, M., Siregar, A., Salsabila, A. S., Mutmainah, S. H., & Inzaghi, K. W. (2023). *Memahami Perilaku Generasi Z di Kedai Kopi Bogor Timur*. 1–6.
- Schroth, H. (2019). Are you ready for gen Z in the workplace? *California Management Review*, 61(3), 5–18. <https://doi.org/10.1177/0008125619841006>
- Strauss, William, niel howe. (1991). *Generations: The history of America’s future, 1584 to 2069*. Harper Perennial.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). Keabsahan data. *INA-Rxiv*, 1–22.
- Suwondo, D. I., & Sutanto, E. M. (2015). Hubungan lingkungan kerja, disiplin kerja, dan kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(2), 135–144.