

SIARAN PERS

Untuk Segera Dipublikasikan

Semarang, 1 Oktober 2015

Hampir 60% Pencari Kerja Saat Ini Adalah Generasi “Mbeling”

Temuan Database Karir.com Expo Semarang 30 September – 1 Oktober 2015

Sebanyak 3.800 pencari karir padati Karir.com Expo Semarang di Graha Amarthapura Museum Ronggowarsito 30 September – 1 Oktober 2015, dan dari hasil temuan *database* portal karir pertama Indonesia Karir.com, 57,39% di antaranya berasal dari Generasi Milenial (Generasi Y) atau yang kerap dilabeli generasi “*mbeling*,” yakni sebanyak 2.181.

Banyak dari Generasi X (lahir antara tahun 1965-1980) kini menjadi pemimpin perusahaan, sementara yang dipimpin adalah Generasi Y (lahir 1981-1994) yang sering dianggap “bandel” oleh generasi sebelumnya. “Dari hasil diskusi bersama ratusan Profesional HR yang berawal dari kegelisahan bagaimana menghadapi Generasi Y, friksi atau gesekan antara Generasi X dan Y ternyata lebih nyata dari yang saya bayangkan,” tutur CEO Karir.com Dino Martin.

Dino melontarkan pertanyaan reflektif, “Siapkah perusahaan, terutama Departemen HR, menghadapi Generasi Y sebagai calon karyawan? Siap tidak siap, kenyataannya saat ini generasi inilah yang memenuhi bursa kandidat. Terlebih lagi, banyak perusahaan yang memiliki target pasar kelompok generasi ini.”

“Pertanyaan terberatnya, ‘Bagaimana mendisiplinkan Generasi Y?’ Kalau melihat karakteristik mereka, saya sebagai keturunan Jawa ingin melabeli mereka sebagai generasi ‘*mbeling*,’” tambah Dino.

Menurut Dino, Generasi Y memiliki karakteristik di antaranya: kurang formal jika dibandingkan Generasi X, menuntut fleksibilitas bekerja, mempertanyakan semua keputusan, sangat kritis, lebih canggih menghadapi teknologi dibanding generasi sebelumnya, banyak dipengaruhi kultur musik dan pop, dan sadar fesyen.

“Saya sendiri adalah Generasi X yang mengenal *Catatan Si Boy* dengan BMW seri 3-nya, menggemari Bon Jovi, pernah merasakan ketegangan antara Amerika dan Rusia, tahu bahwa dulu sempat ada Jerman Barat dan Jerman Timur, dan lain-lain. Generasi X adalah pemikir-pemikir independen yang tidak menyukai segala bentuk otoritas – generasi yang menggulingkan Orde Baru,” aku Dino.

Dalam sesi diskusi yang sama, Vice President of Corporate Services Indika Group PT Net Media Televisi Hery Kustanto memberi bocoran tentang karakteristik Generasi Y yang menjadi populasi dominan (lebih dari 70%) NET. TV. Generasi Y melek teknologi (*tech savvy*), berambisi tinggi atau ingin karirnya cepat melejit, haus perhatian (*attention-craving*), memilih ruang privasi tidak bersekat, membuat pencitraan yang kadang tidak menggambarkan dirinya yang sebenarnya, mampu melakukan *multitasking* dan berpikiran luas, pintar mencari uang meski tidak bekerja kantoran, tidak stabil dalam hal loyalitas, tidak menyukai birokrasi yang rumit dan merupakan generasi “*work hard, party hard*.”

Dino menambahkan, “Dalam diskusi tersebut, kami juga sepakat bahwa Generasi Y adalah generasi yang kritis, mempertanyakan semua hal setiap saat dan berani men-*challenge* atasan dalam keputusan apapun.”

“Memahami karakteristik Generasi Y akan sangat membantu perusahaan menghadapi mereka. Masalah kedisiplinan menjadi isu yang paling sering dilontarkan. Hebatnya, NET. TV berhasil menerapkan disiplin tinggi pada awak Milenialnya, padahal di satu sisi mereka dituntut untuk bisa atau menjadi pribadi yang super kreatif,” kata Dino. Hery menjelaskan bahwa ternyata disiplin dan kreatif bisa digabungkan.

Dino menjelaskan bahwa perubahan karakteristik dari generasi ke generasi, sejak Generasi Baby Boomers (1946-1964) dan Generasi X, menuntut peran Departemen HR yang berubah pula. Dari perannya sebagai Personnel Department yang hanya menangani gaji dan *benefit*, berubah menjadi Strategic HR dan Talent Management. Kini HRD dituntut menjadi Talent Management yang mengurus manajemen kompetensi dan performa, juga rencana suksesi.

Menghadapi Baby Boomers, HRD hanya berfokus pada Business Function, kemudian berubah menjadi Business Partner dalam menghadapi Generasi X, kini berfokus pada Business Integration dalam menghadapi Generasi Y, dan tentunya dituntut bertransformasi lagi saat nanti menghadapi Generasi Z (lahir 1995 dan setelahnya) yang lebih matang dan kritis (un.org, karir.com).

“Menilik kiat NET. TV, beberapa hal yang bisa dipraktekkan perusahaan dalam menghadapi Generasi Y: menghadirkan suasana kerja yang nyaman, melibatkan CEO sebagai sosok inspiratif, memberi *update* perusahaan secara berkala, selalu menggunakan pendekatan kreatif dan menerapkan *performance review* yang tidak kaku,” kata Dino.

Karir.com, dengan 1,3 juta *qualified resume* dalam *database*-nya memiliki 10.000 kandidat Generasi Z. Mempersiapkan diri menjawab tantangan karakteristik Generasi Z, Karir.com memperkenalkan program MT Academy (karir.com/mtacademy) sedari sekarang. “Program ini merupakan metode paling efisien bagi perusahaan dalam menghemat waktu, daya dan biaya,” jelas Dino.

Temuan lain dalam *database* Karir.com saat Karir.com Expo Semarang yakni 38,70% atau 1.471 pencari karir sudah memiliki pengalaman bekerja, sedangkan 46,65% atau 1.773 adalah lulusan baru. Perbandingan pencari karir perempuan dan laki-laki hampir 50:50, industri yang paling diminati adalah Perdagangan Umum (18%), Keuangan/Bank (14%) dan Manufaktur (12%), sedangkan *job function* yang paling diminati adalah Administrasi (33%) dan Akuntansi/Keuangan (16%).

Beberapa perusahaan yang berpartisipasi dalam Karir.com Expo Semarang yakni Frisian Flag Indonesia, Penny Group, Konimex, Sentra Boga Handal, Orang Tua Group, Otto Pharmaceutical Industries, Bank BTPN, Nusantara Surya Sakti, Bank BNP, Malindo Feedmill, Phapros Tbk, Indah Kiat Pulp & Paper, Oto Group dan Audianet Sentra Data.

Tentang Karir.com

Karir.com adalah Portal Karir pertama di Indonesia, berdiri tahun 1999. Sejak Desember 2014, Karir.com menjadi bagian dari Emtek Group, sebuah grup dengan 3 divisi bisnis utama: Media, Telekomunikasi & Solusi IT, dan Konektivitas. Beberapa portofolio media online Emtek Group: Liputan6.com, lakupon.com, vidio.com, dan kini Karir.com – menyediakan layanan bagi perusahaan untuk mendapatkan talenta terbaik melalui media online.

Dino Martin, CEO

Setelah mengambil alih Karir.com akhir 2014, Dino mengubah perusahaan ini menjadi solusi rekrutmen total untuk pasar Indonesia, dengan pengalaman lebih dari 18 tahun di berbagai industri seperti FMCG, telekomunikasi dan otomotif, dan 5 tahun terakhir di industri perekrutan. Dino memiliki latar belakang kuat dalam pengembangan bisnis, keuangan, serta penjualan dan pemasaran. Sebelumnya menjabat Vice President, Sales and Marketing BMW, Marketing Manager L' Oreal dan Brand Manager Ericsson.

Contact Person:

Rizka Septiadi (Chief Marketing Officer)

PT Karir Komunika Pratama

Jl. Bumi No. 10 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12120

cika@karir.com, 0811117627