

ABSTRAK

Meskipun para ahli setuju bahwa komitmen organisasi dan kelompok generasi muda merupakan dua konsep yang sama-sama penting, namun kontribusi penelitian di negara berkembang atas topik ini ternyata masih sangat kurang. Ini menjadi tantangan tersendiri mengingat negara berkembang justru memiliki generasi muda yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi terkait topik komitmen organisasional generasi mudai di negara berkembang, khususnya pada perusahaan BUMN di Indonesia dengan menjawab tiga pertanyaan penelitian yang dibangun. Pertama, bagaimana kondisi komitmen organisasional karyawan generasi muda, mengingat stereotip generasi muda selalu menjadi perdebatan. Ke dua, Seperti apa tipe dan proses pembentukan komitmen dalam perspektif kualitatif yang jarang dibahas. Terakhir, seperti apa nilai kerja dan harapan yang menjadi faktor pendorong komitmen organisasional generasi muda BUMN.

Untuk menutup kesenjangan metode penelitian sebelumnya yang masih banyak didominasi oleh penelitian kuantitatif dan konteks negara asal masing-masing, penelitian ini akan memberikan tinjauan dari aspek kualitatif fenomenologi pada perusahaan karyawan muda BUMN di Indonesia. Sebanyak enam orang informan dilibatkan sebagai sumber data utama penelitian yang memenuhi kriteria usia, jabatan dan masa kerja. Keenam informan berasal dari Jasindo dan Bank Mandiri yang dianggap memiliki kriteria relevan dan dapat mewakili baik dari segi manajemen, industri, maupun kondisi komitmen organisasional.

Hasil penelitian menunjukkan tiga jawaban atas pertanyaan penelitian sebelumnya. Pertama, tidak seperti stereotip buruk yang dipercaya beberapa ahli, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi karyawan generasi Y di BUMN cenderung baik. Meski demikian, meski demikian, pengujian pada tiga aspek indikator komitmen secara lengkap menunjukkan bahwa kekuatan komitmen bersifat unik pada masing-masing individu. Kemudian, terdapat tiga tipe komitmen yang proses terbentuknya dihasilkan melalui interaksi yang berhubungan dengan afeksi, norma, dan pertimbangan biasa. Terakhir dijelaskan nilai dan harapan-harapan yang menjadi faktor pendorong komitmen yang juga relevan dengan proses terbentuknya komitmen pada karyawan Gen Y.

Kata Kunci: *Komitmen, Gen Y, BUMN, Pengembangan Masa Hidup*