

PSYCHOLOGICAL CAPITAL DAN JOB HOPPING PADA PEKERJA GENERASI MILLENNIAL PT. X

Venny Triana Putri¹, Reny Yuniasanti², Nina Fitriana³

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Abstract

The research intend to empirically examine the relationship between psychological capital and job hopping on millennial workers PT. X. This research was designed as a correlational survey. The research subjects were 35 millennial generation PT. X with the selection of subjects using purposive sampling technique. The research instrument uses the Psychological Capital Scale and the Job Hopping Scale from Yuen (2016). Data analysis technique used is Spearman's rho. The results revealed that there was a significant negative relationship between psychological capital with the intention of job hopping with a correlation coefficient (R) of -0.304 with $p = 0.038$ ($p < 0.05$), the higher psychological capital of millennial generation workers PT. X will lower the level of job hopping millennial workers PT. X.

Keywords: *Job Hopping, Psychological Capital, Millennial Generation.*

Abstrak

Penelitian ini bermaksud untuk menguji secara empiris hubungan antara *psychological capital* dengan *job hopping* pada pekerja generasi millennial PT. X. Penelitian ini didesain sebagai survei korelasional. Subjek penelitian adalah 35 orang generasi millennial PT. X dengan pemilihan subjek menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrument penelitian menggunakan Skala *Psychological Capital* dan Skala *Job Hopping* dari Yuen (2016). Teknik analisis data yang digunakan adalah *Spearman's rho*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *psychological capital* dengan intensi *job hopping* dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar -0,304 dengan $p = 0,038$ ($p < 0,05$), semakin tinggi *psychological capital* pekerja generasi millennial PT. X akan semakin rendah tingkat *job hopping* pekerja generasi millennial PT. X.

Kata Kunci: *Job Hopping, Psychological Capital, Generasi Millennial.*

Email : reny.yuniasanti@mercubuana-yogya.ac.id
Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Jl. Wates Km. 10 Yogyakarta, 55753

Pendahuluan

Sumber daya manusia merupakan salah satu aset organisasi atau perusahaan untuk menunjang kelancaran organisasi atau perusahaan guna mencapai tujuan (Pratiwi & Suhana, 2012). Sumber daya manusia yang dimaksud adalah tenaga kerja, menurut Ratanjee dan Emond (2013), Indonesia memiliki aset utama yang dapat menjadi kendaraan nyata dalam pertumbuhan ekonomi, aset tersebut yaitu, tenaga kerja muda, dinamis, dan besar. Namun, negara-negara lain di Asia Tenggara memiliki aset yang sama, sehingga kesuksesan ekonomi relatif pasti akan bertambah di negara yang mengelola karyawannya yang lebih muda (Ratanjee & Emond, 2013).

Riset yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2018) menunjukkan bahwa pada tahun 2020 mendatang, generasi yang berusia 20-40 tahun akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, generasi dengan usia tersebut diperkirakan berjumlah 83 juta jiwa atau setara 34% dari total penduduk Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa besar harapan bagi generasi muda dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

Pekerja dari generasi millennial menjadi subjek yang menarik untuk diteliti karena generasi tersebut akan menempati 46% dari total keseluruhan lapangan pekerjaan pada tahun 2020 (Recruitifi dalam Suryaratri & Abadi, 2018). Generasi millennial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 dan 2000, generasi ini merupakan kelompok terbesar, berjumlah sekitar 88 juta. Sebastian, Amran, dan Youthlab (2016) mengatakan bahwa terdapat beberapa karakteristik dari generasi millennial, yaitu kolektif, kustomisasi, komunitas, dekat keluarga, perubahan generasi, mengejar inspirasi, terhubung, dan percaya diri (Cahill & Sedrak dalam Kilber, Barclay, & Ohmer, 2014). Selain itu, generasi millennial merupakan generasi yang komunal, sederhana dalam mencapai tujuan, naif, memperhatikan nilai-nilai, dan fokus pada kebahagiaan keluarga (Faisal, 2017). Diketahui pula bahwa generasi ini memiliki komitmen yang rendah terhadap organisasi sehingga membuat generasi ini sering memutuskan untuk berpindah-pindah pekerjaan (Pasiaka dalam Hannus, 2016), karena ukuran sukses di dunia kerja adalah ketika mereka bisa pindah-pindah kerja dari satu perusahaan ke perusahaan lain, bagi mereka semakin sering pindah berarti mereka termasuk orang yang “laku” di perusahaan (Ali & Purwandi, 2017).

Hasil penelitian yang dilakukan Hay Grup dan Pusat Ekonomi dan Bisnis (dalam Yuniasanti, Abas, & Hamzah, 2019) kepada 700 juta karyawan di 19 negara yang berbeda, menunjukkan bahwa jumlah karyawan yang mengundurkan diri diseluruh dunia mencapai 192 juta pada tahun 2018. Dari hasil tersebut diketahui pula bahwa Indonesia memiliki presentas paling tajam pada tahun 2014 yaitu 27%, hal tersebut setara dengan negara maju seperti Amerika Serikat, Australia, Kanada, Jerman, Inggris, dan Belanda. Lie dan Andreani (dalam Yuniasanti dkk., 2019) menyatakan bahwa sebanyak 65,8% dari pekerja generasi millennial di Indonesia memilih untuk meninggalkan perusahaan mereka setelah bekerja selama 12 bulan di perusahaan tersebut.

Disisi lain, organisasi atau perusahaan tentunya memiliki visi dan misi jangka panjang, sehingga dibutuhkan juga karyawan atau pekerja yang berfokus pada aspek jangka panjang yang diharapkan mampu bekerja lebih keras, berusaha untuk mempelajari berbagai keterampilan baru untuk dipromosikan, dan menjaga kepentingan perusahaan, agar perusahaan lebih maju. Karyawan atau pekerja jangka pendek dianggap kurang tepat untuk dijadikan aset dalam mencapai visi dan misi tersebut (Suryaratri & Abadi, 2018).

Kompetisi persaingan dunia kerja yang amat ketat memunculkan satu fenomena menarik dikalangan para pekerja, yakni pekerja yang senang berpindah pindah pekerjaan atau lebih dikenal masyarakat dengan istilah *job hopping*, *grasshopper*, atau ‘kutu loncat’, hal ini tentu saja unik, sebab terjadi bukan pada zaman yang mudah untuk memperoleh pekerjaan, melainkan justru pada saat begitu banyak orang kehilangan pekerjaan dan mati-matian mencari pekerjaan (Yuliawan & Himam, 2015).

Para *job hopper* tidak saja membuat heran para pencari kerja lain, tapi juga membuat perusahaan terpaksa merelakan biaya yang sia-sia dikeluarkan mulai dari proses rekrutmen, seleksi, hingga berbagai pelatihan (Yuliawan & Himam, 2015). Selain itu, hal tersebut dapat menimbulkan permasalahan bagi organisasi yang bersangkutan karena organisasi tersebut akan kehilangan pekerja yang berpengalaman dan terlatih (Yuen, 2016).

Menurut Yuen (2016), *job hopping* adalah perilaku seseorang yang sering berganti pekerjaan secara sukarela dan menetap hanya untuk waktu yang singkat sebelum berpindah ke pekerjaan berikutnya, hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa karyawan yang dianggap melakukan *job hopping* adalah mereka yang hanya bertahan selama kurang dari satu tahun di tempat kerjanya. Pranaya (2014) juga menyimpulkan dari hasil penelitiannya bahwa *job hopping* adalah pola berpindah-pindah pekerjaan dari satu pekerjaan ke pekerjaan lainnya dalam jangka waktu satu atau dua tahun atas kemauannya sendiri, bukan akibat dari PHK atau bangkrutnya perusahaan.

Pranaya (2014) menyatakan *job hopping* dianggap sebagai bagian dari perilaku *voluntary turnover* yaitu keluar dari pekerjaan atas keinginan sendiri. Hal ini sejalan dengan Yuen (2016) yang mengemukakan perbedaan *job hopping* dengan *voluntary turnover*, yaitu intensitas seorang pekerja bertahan di tempat kerjanya serta frekuensi seringnya pekerja tersebut berpindah kerja. Menurut Naresh dan Rathnam (2015), *job hopping* secara harfiah adalah perilaku pekerja mengacu pada pekerjaan yang sering berubah atau berpindah dari satu pekerjaan ke pekerjaan lain dan antar organisasi, hal ini adalah penerapan dari mengubah pekerjaan, terutama bermaksud sebagai sarana mempercepat peningkatan pendapatan atau kemajuan karir. Friedell, dkk (dalam Yuen, 2016) menjelaskan bahwa individu yang *job hopping* biasanya sering berganti perusahaan untuk kemajuan karir atau peningkatan dalam kesuksesan karir pribadi.

Ghiselli (1974) menyatakan seseorang yang berpindah pekerjaan dari satu tempat ketempat lain dengan istilah “sindrom hobo”. “Sindrom hobo” didefinisikan sebagai “gatal periodik” untuk berpindah pekerjaan dari satu tempat ketempat lain. Dorongan untuk berpindah ini hanya karena rangsangan dari dalam diri individu namun bukan berdasarkan hasil pemikiran yang terorganisir atau logis.

Sindrom hobo dapat dialami oleh orang-orang dengan tingkat pekerjaan yang berbeda-beda. Lamanya seseorang untuk tetap tinggal di satu tempat kerja selama beberapa bulan, atau mungkin setahun atau lebih, hal ini tergantung pada kekuatan dan periodisasi “gatal” tersebut, semakin kuat “gatal” tersebut maka semakin pendek periode waktu untuk menetap ditempat kerja, hal tersebut mendorong individu untuk berpindah ke pekerjaan lain (Ghiselli, 1974).

Dalam penelitian Yuen (2016), ditemukan karakteristik dari orang yang sering berpindah pekerjaan yaitu (1) pekerjaan tidak sesuai harapan, individu yang melakukan *job hopping* adalah individu yang memiliki harapan yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pekerjaan (Cennamo & Garder, dalam Yuen, 2016), individu yang merasa pekerjaan tidak sesuai harapan biasanya tidak menyukai pekerjaan yang saat ini dilakukan (Walker & Sorce, dalam Yuen, 2016); (2) berpindah pekerjaan atas dasar sukarela, Yuen, 2016) menjelaskan orang yang melakukan *job hopping* dianggap sebagai pergantian sukarela karena orang tersebut memilih untuk meninggalkan pekerjaan sesuai dengan kehendak mereka; (3) berpindah kerja dalam periode waktu yang singkat dan tidak menentu, orang yang sering berpindah kerja sering kali beralih pekerjaan tanpa tinggal di perusahaan untuk waktu yang wajar atau mengubah pekerjaan mereka dari satu perusahaan ke perusahaan lain berulang kali dalam waktu singkat atau sering, tetapi tidak secara teratur atau terus menerus (Mtungwa dalam Yuen, 2016).

Survey yang dilakukan oleh The Deloitte (2016) Millennial Survey pada 7792 orang generasi millennial di 29 negara yang berbeda (termasuk 300 orang karyawan Indonesia), memprediksikan bahwa pada tahun 2020 terdapat 66% karyawan yang akan keluar dari pekerjaannya, 27% akan tetap pada pekerjaannya, dan 8% sisanya tidak mengetahui akan keluar atau tidak. Dari 66% yang menyatakan hendak keluar dari pekerjaannya, 44% menyatakan akan keluar dalam waktu kurang dari 2 tahun, sedangkan 22% sisanya menyatakan akan keluar dalam waktu dua hingga lima tahun yang akan datang.

Dalam penelitian Yuen (2016) mengenai intensi *job hopping* pada para pekerja dari generasi millennial di Hong Kong, hasilnya menunjukkan para pekerja generasi millennial memiliki tingkat kepuasan kerja yang lebih rendah daripada generasi sebelumnya, kepuasan kerja yang rendah ini dapat membuat generasi millennial cenderung melakukan *job hopping*.

Seharusnya karyawan atau pekerja dapat fokus pada aspek jangka panjang perusahaan, sehingga diharapkan mampu bekerja lebih keras, berusaha untuk mempelajari berbagai keterampilan baru untuk dipromosikan, dan menjaga kepentingan perusahaan, agar perusahaan lebih maju (Suryaratri & Abadi, 2018).

Hal ini sesuai dengan karakteristik dari karyawan generasi millennial yaitu kolektif, kustomisasi, komunitas, dekat keluarga, perubahan generasi, mengejar inspirasi, terhubung, dan percaya diri, sehingga dengan karakteristik generasi millennial yang seperti itu dapat membuat perusahaan lebih maju (Sebastian, dkk., 2016).

Menurut Liu, dkk. (dalam Suryaratri & Abadi, 2018) perilaku *job hopping* dapat menimbulkan dampak yang merugikan bagi pihak perusahaan yang ditinggalkan, akibat dari keluarnya karyawan dari suatu perusahaan tidak hanya menambah biaya pengeluaran untuk rekrutmen karyawan baru, hal tersebut juga dapat mengurangi modal pengetahuan dan menurunkan reputasi perusahaan. Disisi lain menurut Hirono dan Siy (dalam Yuen, 2016), perilaku *job hopping* yang secara intens dapat mengakibatkan tersebarnya informasi penting ke perusahaan saingan. Beberapa industri teknologi di Singapura mengeluhkan rahasia perusahaannya akan menyebar ke perusahaan saingannya, sehingga perusahaan yang mengalami hal tersebut akan sangat dirugikan. Pemahaman mengenai fenomena *job hopping* menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan, sehingga perusahaan dapat menanganinya dengan tepat (Suryaratri & Abadi, 2018).

Menurut Naresh dan Rathnam (2015), terdapat 3 faktor utama penyebab *job hopping* pada pekerja, yaitu peran kepuasan kerja dan perputaran karyawan, faktor psikologis, dan peran konflik dan kesejahteraan karyawan. (1) Egan dkk., (dalam Naresh & Rathnam, 2015) mengatakan peran kepuasan kerja dan perputaran karyawan, kepuasan kerja telah didefinisikan sebagai "reaksi afektif karyawan terhadap pekerjaan berdasarkan membandingkan hasil yang diinginkan dengan hasil aktual." Lund (dalam Naresh & Rathnam, 2015) menambahkan sejauh ini, kepuasan kerja karyawan merupakan cerminan dari seberapa baik harapan karyawan terhadap suatu pekerjaan selaras dengan realitas kerja mereka; (2) Faktor Psikologis, faktor psikologis adalah bagian integral dari perilaku seorang manusia, hal ini termasuk semua faktor internal seperti motivasi, kepribadian, persepsi, sikap, pembelajaran dan nilai-nilai. Cara kerja karyawan dalam organisasi menghasilkan produktivitas organisasi. Kinerja karyawan secara langsung terkait dengan keseimbangan faktor psikologis; (3) Peran konflik dan kesejahteraan karyawan, konflik peran pada umumnya akan berakar dari ketika pekerja diberi dua peran yang berbeda dan tidak kompatibel pada saat yang sama, atau peran mereka tumpang tindih dengan pekerja atau kelompok kerja yang lain. Kesejahteraan karyawan meliputi pemantauan kondisi kerja, penciptaan harmoni industri melalui infrastruktur untuk kesehatan, hubungan industrial dan asuransi terhadap penyakit, kecelakaan dan pengangguran bagi pekerja dan keluarga mereka.

Dari ketiga faktor yang diungkapkan Naresh dan Rathnam (2015), peneliti mengasumsikan bahwa faktor psikologis merupakan faktor penting yang mempengaruhi generasi millennial melakukan *job hopping*. Menurut Yuen (2016) karyawan melakukan *job hopping* atas keputusan pribadinya sendiri. Maka dapat

diasumsikan, semua hal tersebut menunjukkan bahwa faktor psikologis karyawan memainkan peran penting dalam keputusan untuk melakukan *job hopping*. Sehingga penting untuk menelusuri faktor psikologis dalam hal ini *psychological capital* yang mampu mendorong seorang karyawan untuk bertahan di tempat kerjanya daripada memilih untuk melakukan *job hopping* (Suryaratri & Abadi, 2018).

Menurut Luthans, Youssef, dan Avolio (2007), *psychological capital* adalah suatu kondisi perkembangan dari keadaan psikologis positif seseorang yang ditandai dengan (1) *self efficacy*, yaitu memiliki keyakinan akan kemampuan diri dalam mengambil dan mengerahkan usaha agar berhasil dalam melakukan tugas-tugas yang menantang; (2) *optimism*, yaitu membuat atribusi yang positif tentang kesuksesan di masa kini dan masa mendatang; (3) *hope*, yaitu memiliki harapan dalam mencapai tujuan dan bila perlu mengalihkan jalan atau mencari jalan lain untuk mencapai tujuan; dan (4) *resiliency*, yaitu ketika dihadapkan pada masalah dan rintangan dapat bertahan dan bangkit kembali, bahkan melebihi untuk mencapai kesuksesan.

Luthans, Avolio, Avey, dan Norman (2007) menjelaskan bahwa terdapat empat dimensi dari modal psikologis (*psychological capital*) yaitu *self-efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resiliency*. (1) Menurut Stajkovic (dalam Luthans, Avolio, dkk., 2007), *self-efficacy* mengacu pada keyakinan individu akan kemampuannya untuk memobilisasi motivasi, sumber daya kognitif, dan tindakan yang diperlukan untuk berhasil melaksanakan tugas tertentu dalam konteks tertentu; (2) *hope*, mengacu pada keadaan motivasi positif yang didasarkan pada rasa interaktif yang berasal dari keberhasilan individu (energi yang diarahkan pada tujuan) dan jalur (berencana untuk memenuhi tujuan); (3) Seligmen (dalam Luthans, Avolio, dkk., 2007) mendefinisikan *optimism* sebagai suatu cara individu untuk menginterpretasi kejadian-kejadian positif sebagai suatu hal yang terjadi akibat diri sendiri, bersifat menetap, dan dapat terjadi dalam berbagai situasi; serta menginterpretasikan kejadian-kejadian negatif sebagai suatu hal yang terjadi akibat hal-hal di luar diri, bersifat sementara, dan hanya terjadi pada situasi tertentu saja; (4) *resiliency*, fenomena yang ditandai dengan pola adaptasi positif dalam konteks kesulitan yang signifikan atau resiko.

Psychological capital dapat berperan efektif dalam mendorong adaptasi seseorang di tempat kerja. Dengan keempat dimensi dari *psychological capital* yaitu *self-efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resiliency*, seseorang akan mudah menyesuaikan diri dengan atmosfer lingkungan kerja (Suryaratri & Abadi, 2018). *Psychological capital* memiliki keunggulan dibandingkan *social capital* dan *human capital*, salah satunya yaitu *psychological capital* bersifat cair dan dapat dikembangkan (Luthans, Youssef, dkk., 2007).

Psychological capital menawarkan sebuah sumber potensial yang dinamis dan mampu berkembang secara terus-menerus sepanjang waktu, dan hal ini tentu berbeda dengan *social capital* dan *human capital*. Lebih lanjut dijelaskan bahwa rendahnya tingkat absen, rendahnya sinisme dan intensi *turnover*, serta

peningkatan kepuasan kerja dan komitmen karyawan berhubungan erat dengan *psychological capital* (Luthans, Youssef, dkk., dalam Suryaratri & Abadi, 2018). Hal tersebut merupakan faktor-faktor yang dianggap mendasari keputusan karyawan untuk berpindah kerja (*job hopping*). Sehingga seorang karyawan yang memiliki *psychological capital* tinggi diharapkan akan lebih memilih untuk bertahan lebih lama di tempat kerja dan tidak berpindah-pindah pekerjaan dalam waktu yang singkat (Suryaratri & Abadi, 2018).

Dari paparan latar belakang di atas, maka permasalahan yang diajukan untuk dicari jawabannya dalam penelitian ini adalah *apakah terdapat hubungan antara psychological capital dengan job hopping pada pekerja generasi millennial PT. X?*

Metode

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Partisipan

Subjek dalam penelitian ini adalah 35 pekerja generasi millennial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta. Pengambilan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* (Hibberts, Johnson, & Hudson, 2012), pemilihan subjek disesuaikan dengan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu tergolong kedalam usia generasi millennial dan pernah bekerja kurang dari 2 tahun sebelum di perusahaan tempat sekarang bekerja.

Instrumen Penelitian

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala *Psychological Capital* dan Skala *Job Hopping* dari (Yuen, 2016). Skala *Psychological Capital* disusun oleh peneliti berdasarkan dimensi-dimensi *psychological capital* dari Luthans, Avolio, dkk., (2007), skala ini menggunakan bentuk likert dengan pernyataan bersifat *favourable* dan terdiri dari 4 alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala *Job Hopping* yang digunakan adalah Skala *Job Hopping* dari Yuen (2016), berbentuk *semantic differential* dengan aitem-aitem yang bersifat *favourable* dan terdiri dari 7 alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Cukup Sesuai (CS), Netral (N), Cukup Tidak Sesuai (CTS), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala *Psychological Capital* terdiri dari 28 aitem dengan koefisien aitem-total (Rix) daya beda aitem bergerak dari rentang 0,327-0,823. Sedangkan, Skala Intensi *Job Hopping* terdiri dari 4 aitem dengan koefisien aitem-total (Rix) daya beda aitem bergerak dari rentang 0,645-0,876. Berdasarkan hasil perhitungan dari skala *psychological capital* diperoleh koefisien reliabilitas

alpha (α) sebesar 0,940 dan skala intensi *job hopping* diperoleh koefisien reliabilitas alpha (α) sebesar 0,884.

Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan ialah uji statistik nonparametrik. Uji statistik nonparametrik digunakan dalam penelitian karena beberapa syarat atau asumsi dalam uji statistik parametrik yang tidak terpenuhi, yaitu penentuan subjek penelitian yang tidak dilakukan secara random dan jumlah sampel yang kecil. Metode statistik nonparametrik yang digunakan ialah uji korelasi *Spearman's rho* untuk menguji hubungan antara variabel kriterium dan variabel prediktor. Keseluruhan data dianalisis menggunakan program analisis data *SPSS for Windows* (Field, 2013).

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Hasil pengukuran *psychological capital* terhadap partisipan digolongkan dalam tiga kategorisasi, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Penggolongan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel.1 Kategorisasi Skor *Psychological Capital*

Kategori	Jumlah	Presentase
Tinggi	23	65,7%
Sedang	12	34,3%
Rendah	0	0%
Total	35	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa 23 partisipan (65,7%) berada pada kategori tinggi dan 12 partisipan (34,3%) berada pada kategori sedang. Tidak ada responden yang berada dalam kategori rendah.

Hasil pengukuran *job hopping* terhadap partisipan digolongkan dalam tiga kategorisasi, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Penggolongan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel.2 Kategorisasi Skor *Job Hopping*

Kategori	N	Presentase
Tinggi	8	22,9%
Sedang	16	45,7%
Rendah	11	31,4%
Total	35	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebanyak 8 partisipan (22,9%) berada pada kategori tinggi, 16 partisipan (45,5%) berada pada kategori sedang, dan 11 partisipa (31,4%) berada pada kategori rendah.

Uji Normalitas

Uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila nilai signifikansi $KS-Z > 0.050$ maka sebaran data mengikuti distribusi normal dan apabila nilai signifikansi $KS-Z \leq 0.050$ maka sebaran data tidak mengikuti distribusi normal (Hadi, 2016). Hasil uji normalitas variabel *psychological capital* dan *job hopping* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 3 Uji Normalitas

Statistic	df	Sig.
,167	35	,014
,123	35	,200*

Hasil analisis menunjukkan nilai variabel *psychological capital* diperoleh $KS-Z = 0,123$ dengan $p = 0,200$ berarti sebaran data variabel *psychological capital* mengikuti sebaran data normal. Sedangkan untuk variabel *job hopping* menunjukkan nilai $KS-Z = 0,167$ dengan $p = 0,014$ berarti sebaran data variabel *job hopping* mengikuti sebaran data tidak normal.

Uji Korelasi

Berdasarkan hasil analisis uji prasyarat pada variabel *psychological capital* dan variabel *job hopping* terdapat salah satu variabel yang sebaran datanya tidak normal (tidak memenuhi beberapa syarat dalam uji statistik parametrik), maka uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *non parametric correlations (Spearman's rho)*. Dari hasil analisis *non parametric correlations (Spearman's rho)* diperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) = -0,304 dengan $p = 0,038$ ($p < 0,05$). Nilai korelasi ini mengandung arti bahwa *psychological capital* berhubungan secara signifikan ke arah negatif dengan *job hopping* pada pekerja generasi millennial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta. Nilai korelasi antara *psychological capital* dengan *job hopping* sebesar 0.304, sehingga termasuk kedalam koefisien nilai korelasi yang rendah (Sugiyono, 2016).

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara *psychological capital* dengan *job hopping* pada pekerja generasi millennial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta. Dengan demikian hasil tersebut mendukung hipotesis dalam penelitian ini. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini dengan diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,156 yang menunjukkan bahwa variabel *psychological capital* pada pekerja generasi millennial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta memiliki kontribusi sebesar 15,6% terhadap perilaku *job hopping* dan sisanya sisanya 84,4% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu kepuasan kerja, perputaran karyawan, peran konflik, serta kesjahteraan karyawan.

Psychological capital merupakan salah satu variabel yang memiliki sumbangan negatif terhadap perilaku *job hopping*. Hasil penelitian ini mendukung

penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suryaratri dan Abadi (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *psychological capital* dengan perilaku *job hopping*. Semakin tinggi *psychological capital* maka semakin rendah perilaku *job hopping*. Sebaliknya, semakin rendah *psychological capital* maka semakin tinggi perilaku *job hopping*. Adanya hubungan antara *psychological capital* dengan *job hopping* berarti menunjukkan setiap dimensi *psychological capital* (*self efficacy, hope, optimism, resiliency*) memberikan sumbangan terhadap *job hopping* pada pekerja generasi millennial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta.

Menurut Stajkovic dan Luthans (dalam Luthans, Avolio, dkk., 2007) dimensi *self efficacy* mengacu pada keyakinan individu tentang kemampuannya untuk memobilisasi motivasi, sumber daya kognitif, dan tindakan yang diperlukan untuk berhasil melaksanakan tugas tertentu dalam konteks tertentu. Lebih lanjut, individu dengan *self efficacy* yang tinggi dapat menyelesaikan tugas-tugas sulit sebagai tantangan yang harus diselesaikan dan menganggap hal tersebut sebagai ancaman yang harus dihindari, individu dengan *self efficacy* yang tinggi juga mampu mempertahankan tujuan dan komitmen, dapat pula bertahan dalam upaya menghadapi kegagalan, sehingga mampu untuk bangkit kembali setelah menghadapi kegagalan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Cavus dan Gokcen (2015), bahwa *self-efficacy* yang tinggi dapat mempengaruhi motivasi, orang-orang yang percaya diri dapat mengetahui cara untuk meningkatkan motivasi, dapat memilih tugas-tugas yang menantang untuk memperluas kinerja, dan dapat memotivasi diri dari berbagai hambatan yang dihadapi saat bekerja demi mencapai tujuan.

Individu dengan *self efficacy* yang tinggi ini mampu mengaitkan kegagalan karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh sehingga berusaha untuk mengendalikan hal tersebut (Bandura, 1994). Seperti halnya yang dijelaskan oleh Hauw dan Vos (dalam Smith & Nicholas, 2015), pekerja generasi millennial menyukai pekerjaan yang bermakna dan menantang karena hal tersebut membuat generasi millennial dapat memajukan karir. Sehingga generasi millennial dengan *self efficacy* yang tinggi ini mampu mengaitkan kegagalan karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh sehingga berusaha untuk mengendalikan hal tersebut (Bandura, 1994). Kondisi inilah yang dapat membuat karyawan generasi millennial mampu bertahan diperusahaan atau organisasi tempat karyawan tersebut bekerja.

Menurut Synder (dalam Luthans, Avolio, dkk., 2007), karyawan yang memiliki *hope* tinggi akan memiliki motivasi positif yang berasal dari keberhasilan individu mencapai tujuan sesuai dengan rencana. Menurut (Gu, 2016), ketika perusahaan memiliki organisasi, atmosfer, metode evaluasi, dan jenjang karir yang jelas, karyawan akan memiliki motivasi dan rangsangan terkait potensi yang akan berubah menjadi perilaku organisasi yang positif. Lebih lanjut dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki sistem promosi yang adil akan membuat setiap karyawan memiliki peluang promosi, sehingga akan membuat

karyawan merasa termotivasi untuk bekerja keras dengan senyuman dan optimis. Selama seorang karyawan memiliki kualitas dan kemampuan yang baik, karyawan akan memiliki peluang untuk dipromosikan.

Rute promosi yang adil akan memberikan peluang yang sama bagi karyawan membuat karyawan termotivasi dan lebih bertekad untuk mencapai tujuan tersebut. Ketika karyawan mendapatkan kemajuan karir dalam bekerja secara tidak langsung akan membuat karyawan bertahan di dalam pekerjaannya. Ketika karyawan berhasil memenuhi tujuan terkait kemajuan karir dalam hal pekerjaannya dapat mencegah terjadinya perilaku *job hopping* (Naresh & Rathnam, 2015).

Seligmen (dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007) mendefinisikan optimism sebagai suatu cara individu dalam menganggap kejadian-kejadian baik sebagai suatu hal yang terjadi karena diri sendiri, bersifat menetap, dan dapat terjadi dalam berbagai situasi, dan menganggap kejadian-kejadian buruk hanya bersifat sementara, sebagai suatu hal yang terjadi akibat hal-hal di luar diri, dan hanya terjadi pada situasi tertentu saja. Lebih lanjut, individu yang optimis menganggap kegagalan disebabkan oleh sesuatu hal yang dapat diubah, sehingga dapat berhasil pada masa-masa mendatang.

Individu yang memiliki sikap optimis tinggi terhadap hidupnya akan selalu berpandangan positif tentang kehidupannya yang akan datang. Individu yang memiliki jiwa optimis akan selalu berusaha 61 menjadikan hari ini lebih baik dari pada sebelumnya. Optimis akan membuat individu berusaha sekuat mungkin untuk mendapatkan apa yang diinginkannya. Apabila ditemukan pada permasalahan, maka individu dengan optimis yang tinggi akan tetap berfikir positif dan yakin dapat menyelesaikan permasalahannya dengan sebaik mungkin. Optimis dapat mempengaruhi gairah seorang individu, dalam melaksanakan pekerjaan (Lopez & Snyder, 2003).

Optimis sangat penting dimiliki oleh seorang yang sedang berada pada masa dewasa awal dalam hal ini termasuk generasi millennial yang tergolong dalam usia dewasa awal. Pada usia inilah individu memulai untuk melakukan berbagai aktivitas dan mulai meniti karirnya. Jika seseorang berfikiran positif, maka individu akan menggunakan seluruh potensi yang ada di dalam dirinya untuk menggapai tujuan (Ginnis, 1995). Sehingga apabila pekerja generasi millennial memiliki optimis yang tinggi dalam pekerjaannya, maka individu tersebut akan membuat atribusi kausal yang positif untuk kegagalan dan keberhasilan di masa lalu, dan hal tersebut akan membuat pekerja jarang merasa stres dan tidak memiliki keinginan untuk berpindah kerja (Gu, 2015).

Menurut Luthans, Avolio, dkk., (2007), *resiliency* adalah fenomena yang ditandai dengan pola adaptasi positif dalam konteks kesulitan yang signifikan atau resiko. “ketahanan” berarti kemampuan untuk mengatasi kesulitan yang tidak dapat dihindari dan kesulitan. Pekerja generasi millennial yang memiliki tingkat resiliensi yang tinggi walaupun dalam perusahaan menghadapi tekanan yang

sangat tinggi, menanggung beban kerja yang berat, dan bekerja selama berjam-jam akan dapat beradaptasi dengan lingkungan seperti itu dan ulet. Sehingga karyawan akan bertahan dalam pekerjaannya (Gu, 2016). Selain itu, pekerja generasi millennial lebih menyukai pekerjaan yang bermakna dan menantang karena berpotensi dapat memajukan karir (Hauw & Vos dalam Smith & Nicholas, 2015).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *psychological capital* dengan perilaku *job hopping* pada pekerja generasi millennial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta. Artinya semakin tinggi *psychological capital* maka semakin rendah perilaku *job hopping*. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah *psychological capital* maka semakin tinggi perilaku *job hopping* pada pekerja generasi millennial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta.

Bagaimanapun juga dalam penelitian ini masih terdapat kelemahan, untuk itu disarankan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperhatikan jenis pekerjaan maupun beban kerja subjek yang diteliti karena setiap jenis pekerjaan mempunyai tuntutan yang berbeda, hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat perilaku *job hopping* yang dimiliki oleh setiap pekerja. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan menguji variabel lain selain *psychological capital* yang secara teoretis dan empiris bisa memprediksi atau mempengaruhi *job hopping* seperti kepuasan kerja, perputaran karyawan, peran konflik, serta kesjahteraan karyawan.

Memperhatikan peran signifikan *psychological capital* dalam menjelaskan *job hopping*, saran praktis dalam penelitian difokuskan pada pentingnya bagi pekerja generasi millennial untuk meningkatkan *psychological capital* melalui berbagai macam jenis pelatihan yang berkaitan dengan dimensi *psychological capital* yaitu *self efficacy*, *hope*, *optimism*, *resiliency*.

Daftar Pustaka

- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). *Millennial nusantara*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bandura, A. (1994). Self-Efficacy. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition*, 4, 71–78. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.25033-2>
- Cavus, M., & Gokcen, A. (2015). Psychological Capital: Definition, Components and Effects. *British Journal of Education, Society & Behavioural Science*, 5(3), 244–255. <https://doi.org/10.9734/bjesbs/2015/12574>
- Deloitte. (2016). The 2016 deloitte millennial: survey winning over the next generation of leaders. Retrieved from <http://www.deloitte.com/>

- Field, A. (2013). *Discovering statistics using SPSS (4th edition)*. London: UK: Sage Publication Ltd.
- Ghiselli, E. E. (1974). Some perspectives for industrial psychology. *American Psychologist*, 29(2), 80–87. <https://doi.org/10.1037/h0036077>
- Gu, B. (2016). Effects of psychological capital on employee turnover intentions. *Journal of Global Tourism Research*, 1(1), 21–28. https://doi.org/10.37020/jgtr.1.1_21
- Hadi, S. (2016). *Metodologi riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hannus, S. (2016). Traits of the Millennial Generation: Motivation and Leadership. *Aalto University School of Business*, 1–54. Retrieved from https://aaltoodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/21484/hse_thesis_14662.pdf?sequence=1
- Hibberts, M., Johnson, R. B., & Hudson, K. (2012). Handbook of survey methodology for the social sciences. *Handbook of Survey Methodology for the Social Sciences*, 1–520. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-3876-2>
- Kilber, J., Barclay, A., & Ohmer, D. (2014). Seven tips for managing generation Y. *Journal of Management Policy and Practice*, 15(4), 80.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541–572. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2007.00083.x>
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge. In *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195187526.001.0001>
- Naresh, B., & Rathnam, B. V. (2015). Job Hopping In Software Industry With Reference To Select Software Companies: A Study. *International Journal of Recent Research Aspects*, 2(1), 38–45.
- Pranaya, D. (2014). Job-hopping – An Analytical Review. *International Journal of Research in Business Management*, 2(4), 2321–2886. Retrieved from www.impactjournals.us
- Pratiwi, Y. R., & Suhana. (2012). Efektivitas Motivasi Kinerja Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai. *Buletin Pengelolaan Reaktor Nuklir*, 9(2), 57–65. Retrieved from <http://jurnal.batan.go.id/index.php/bprn/article/view/317/298>
- Ratanjee, V., & Emond, L. (2013). Why Indonesia Must Engage Younger Workers.
- Sebastian, Y., Amran, D., & Youthlab. (2016). *Generasi langgas*. Jakarta Selatan: Gagas Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian dan pengembangan*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Suryaratri, R. D., & Abadi, M. A. (2018). Modal Psikologis dan Intensi Job Hopping pada Pekerja Generasi Millennial. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 77–83.

- Yuen, S. H. (2016). *Examining the generation effects on job-hopping intention by Examining the generation effects on job-hopping intention by applying the Theory of Planned Behavior (TPB) applying the Theory of Planned Behavior (TPB)*. 133. Retrieved from http://commons.ln.edu.hk/psy_etd/6
- Yuliawan, T. P., & Himam, F. (2015). *The Grasshopper Phenomenon : Studi Kasus Terhadap Profesional yang Sering Berpindah - pindah Pekerjaan*. 34(1), 76–88.
- Yuniasanti, R., Abas, N. A. H., & Hamzah, H. (2019). Employee turnover intention among Millennials: The role of psychological well-being and experienced workplace incivility. *HUMANITAS: Indonesian Psychological Journal*, 16(2), 74. <https://doi.org/10.26555/humanitas.v16i2.12544>