**HUBUNGAN ANTARA *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* DENGAN *JOB HOPPING* PADA PEKERJA GENERASI MILLENIAL**

**PT. DAGSAP ENDURA EATORE YOGYAKARTA**

**NASKAH PUBLIKASI**

****

*Oleh :*

*Venny Triana Putri*

*15081364*

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

***PSYCHOLOGICAL CAPITAL* DAN *JOB HOPPING***

***PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND JOB HOPPING***

**Reny Yuniasanti, M.Psi. 1, Nina Fitriana Felani, M.Psi.2, Venny Triana Putri3**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[1](mailto:1%20reny.yuniasanti@gmail.com) [reny.yuniasanti@gmail.com](mailto:1%20reny.yuniasanti@gmail.com) [2](mailto:2%20ninafitrianafelani@gmail.com%203%20vennytrianaputri@gmail.com) [ninafitrianafelani@gmail.com](mailto:2%20ninafitrianafelani@gmail.com%203%20vennytrianaputri@gmail.com) [3](mailto:2%20ninafitrianafelani@gmail.com%203%20vennytrianaputri@gmail.com) [vennytrianaputri@gmail.com](mailto:2%20ninafitrianafelani@gmail.com%203%20vennytrianaputri@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *psychological capital* dengan *job hopping* pada pekerja generasi millenial. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan negatif antara *psychological capital* dengan *job hopping* pada pekerja generasi millenial PT. Dagsap Endura Etore Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 35 orang. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan skala *psychological capital* dan skala *job hopping*. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi non parametrik (Spearman). Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar -0,304 dengan p = 0,038 (p < 0,05). Hasil tersebut menunjukan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *psychological capital* dengan *job hopping*. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan koefisien determinasi (R2) sebesar 0,0156 variabel *psychological capital* menunjukkan kontribusi 15,6% terhadap intensi *job hopping* dan sisanya 84,4% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu faktor kepuasan kerja, peran konflik, serta kesjahteraan karyawan.

**Kata kunci:** *job hopping,* *psychological capital,* generasi millenail*.*

***Abstract***

*This research aims to determine the correlation between psychological capital and job hopping on millennial generations. The hypothesis proposed is that there is a negative relationship between psychological capital and the intention of job hopping on millennial generation workers PT. Dagsap Endura Etore Yogyakarta. The subjects in this study were 35 people. Retrieval of this research data using psychological capital scale and job hopping scale. The data analysis technique used is non parametric (Spearman). Based on the results of data analysis, the correlation coefficient (R) was -0,304 with p = 0.038 (p <0.05). These results indicate that there is a significant negative relationship between psychological capital and job hopping intentions. Acceptance of the hypothesis in this research shows the coefficient of determination (R2) of 0.156 psychological capital variables show a contribution of 15,6% to job hopping and the remaining 84,4% was influenced by other factors, namely job satisfaction, conflict roles, and employee welfare .*

***Keywords:*** *job hopping, psychological capital, millennial generation.*

**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, dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, yang disebut sebagai tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat. Menurut Ratanjee & 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.

Dari riset yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2018), hasilnya 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. Recruitifi (2015) menjelaskan bahwa pekerja dari generasi millenial menjadi subjek yang menarik untuk diteliti karena generasi tersebut akan menempati 46% dari total keseluruhan lapangan pekerjaan pada tahun 2020. Menurut Ali dan Purwandi (2017), generasi millenial atau yang bisa disebut generasi Y adalah penduduk yang lahir pada tahun 1980-2000-an. Menurut Cahill dan Sedrak (dalam Killber, dkk., 2014) generasi millenial merupakan kelompok terbesar, berjumlah sekitar 88 juta. Sebastian, Amran, dan Youthlab (2016) mengatakan bahwa terdapat beberapa karakteristik dari generasi millenial, yaitu kolektif, kustomisasi, komunitas, dekat keluarga, perubahan generasi, mengejar inspirasi, terhubung, dan percaya diri. Selain itu, menurut Suryaratri dan Abadi (2018), Generasi millenial umumnya dicirikan dengan keinginan untuk bebas beraktivitas, menyukai fleksibilitas, menyukai keterbukaan, dan dapat melihat permasalahan dalam perspektif yang berbeda. Namun, menururt Pasieka (dalam Hanus, 2016) generasi ini memiliki komitmen yang rendah terhadap organisasi sehingga membuat generasi ini sering memutuskan untuk berpindah-pindah pekerjaan, 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 (Purwandi, 2016).

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. Para *job hopper* tidak saja membuat heran para pencari kerja lain, tapi juga membuat pusing perusahaan yang terpaksa merelakan biaya yang sia-sia dikeluarkan mulai dari proses rekrutmen, seleksi, hingga berbagai pelatihan (Yuliawan & Himam, 2007). Selain itu menurut Yuen (2016), hal tersebut dapat menimbulkan permasalahan bagi organisasi yang bersangkutan karena organisasi tersebut akan kehilangan pekerja yang berpengalaman dan terlatih.

Menurut Yuen (2016), *job hopping* adalah perilaku seseorang yang sering berganti pekerjaan secara sukarela dan menetap hanya untuk waktu yang singkat atau kurang dari 2 tahun sebelum berpindah ke pekerjaan berikutnya. Menurut Pranaya (2014), *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. Dalam penelitian Yuen (2016), ditemukan karakteristik dari orang yang sering berpindah pekerjaan yaitu (1) pekerjaan tidak sesuai harapan, menurut Johnson dan Ng (dalam Yuen, 2016), generasi millenial seringkali memiliki harapan yang tidak realistis di tempat kerja dan hal inilah yang sering menimbulkan *job hopping*; (2) berpindah pekerjaan atas dasar sukarela, Yuen (2016) menjelaskan orang yang melakukan *job hopping* dianggap sebagai pergantisan sukarela karena orang tersebut memilih untuk meninggalkan pekerjaan sesuai dengan kehendak mereka; (3) berpindah kerja dalam periode waktu yang singkat dan tidak menentu, menurut Mtungwa (dalam Yuen, 2016), 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.

Survey yang dilakukan oleh The Deloitte 2016 Millennial Survey pada 7792 orang generasi millenial 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 millenial di Hong Kong, hasilnya menunjukkan para pekerja generasi millenial memiliki tingkat kepuasan kerja yang lebih rendah daripada generasi sebelumnya, kepuasan kerja yang rendah ini dapat membuat generasi millenial memiliki intensi untuk melakukan *job hopping*.

Seharusnya 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 millenial menurut Sebastian, dkk., (2016), yaitu kolektif, kustomisasi, komunitas, dekat keluarga, perubahan generasi, mengejar inspirasi, terhubung, dan percaya diri. Sehingga dengan karakteristik generasi millenial yang seperti itu dapat membuat perusahaan lebih maju.

Menurut Liu, dkk. (dalam Suryaratri & Abadi, 2018) *job hopping* dapat menambah biaya pengeluaran untuk rekrutmen karyawan baru, hal tersebut juga dapat mengurangi modal pengetahuan dan menurunkan reputasi perusahaan. Disisi lain menurut Hirono & Siy (dalam Yuen, 2016), *job hopping*  yang secara intens dapat mengakibatkan tersebarnya informasi penting ke perusahaan saingan. Beberapa industri teknologi di Singapura mengeluhkan rahasia perusahannya akan menyebar ke perusahaan saingannya, sehingga perusahaan yang mengalami hal tersebut akan sangat dirugikan.

*Job hopping* dapat dipengaruhi oleh *psychological capital*. Hal ini sesuai dengan penelitian Suryaratri dan Abadi (2018) bahwa *psychological capital* berpengaruh negatif terhadap *job hopping.* Berdasarkan hasil penelitian dari Suryaratri dan Abadi (2018) tentang hubungan antara *psychological capital* dengan *job hopping* pada pekerja generasi millenial dapat diketahui bahwa *psychological capital* memiliki hubungan negatif dengan *job hopping,* artinya semakin tinggi *psychological capital* maka semakin rendah *job hopping*, sebaliknya semakin rendah *psychological capital* maka semakin tinggi *job hopping* pada pekerja generasi millenial. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada salah satu faktor yang mempengaruhi *job hopping* menurut Suryaratri dan Abadi (2018) yaitu *psychological capital* yang mampu mendorong seorang pekerja untuk bertahan di tempat kerjanya daripada memilih untuk melakukan *job hopping.*

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

Luthans, Youssef, dan Avolio (2007) menjelaskan bahwa terdapat empat dimensi dari *psychological capital* yaitu *self-efficacy*, *hope*, *optimism*, dan *resiliency*. Menurut Stajkovic (dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 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. Menurut Snyder (dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007), *hope* adalah keadaan motivasi positif individu yang didasarkan pada rasa interaktif yang berasal dari keberhasilan individu (energi yang diarahkan pada tujuan) dan jalur (perencanaan untuk memenuhi tujuan). 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. Menurut Luthans, Youssef, Avolio (2007), *resiliency* adalah 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 modal psikologis yaitu *self-efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resiliency*, seseorang akan mudah menyesuaikan diri dengan atmosfer lingkungan kerja. Luthans, Youssef, dan Avolio (2007) menjelaskan salah satu keunggulan modal psikologis dibandingkan *social capital* dan *human capital* adalah bahwa *psychological capital* bersifat cair dan dapat dikembangkan. *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*. Luthans, Youssef dan Avolio (2007) menjelaskan bahwa tingkat absen dan perilaku *turnover* yang rendah, serta peningkatan kepuasan kerja dan komitmen karyawan berhubungan erat dengan modal psikologis. Sedangkan *job hopping* adalah bagian dari *voluntary turnover,* sehingga seorang pekerja yang memiliki *psychological capital* yang tinggi diharapkan akan lebih memilih untuk bertahan lebih lama di tempat kerja dan tidak berpindah-pindah pekerjaan dalam waktu yang singkat.

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

**METODE**

Subjek dalam penelitian in adalah pekerja generasi PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta sebanyak 35 orang. Pengambilan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala *Psychological Capital* dan Skala *Job Hopping.* Skala *Psychological Capital* disusun oleh peneliti berdasarkan dimensi-dimensi *psychological capital* dari Luthans, Youssef, dan Avolio (2007), skala ini menggunakan bentuk likert dengan pernyataan *favourable* dan 4 alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS) = 4, Sesuai (S) = 3, Tidak Sesuai (TS) = 2, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) = 1. Skala *Job Hopping* yang digunakan adalah Skala Intensi *Job Hopping* dari Yuen (2016), aitem-aitem bersifat *favourable,* dan terdiri dari 7 alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS) = 7, Sesuai (S) = 6, Cukup Sesuai (CS) = 5, Netral (N) = 4, Cukup Tidak Sesuai (CTS) = 3, Tidak Sesuai (TS) = 2, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) = 1. Skala *Psychological Capital* terdiri dari 28 aitem dengan koefisien aitem-total (Rix) daya beda aitem bergerak dari rentang 0,327-0,823. Sedangkan, Skala *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 *job hopping* diperoleh koefisien reliabilitas alpha (α) sebesar 0,884. Metode analisis data menggunakan teknik korelasi *non parametric dari spearman*. Keseluruhan data dianalisis menggunakan program analisis data.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Uji normalitas menggunakan teknik analisis model Kolmogorov-Smirnov. Dari hasil uji normalitas variabel *job hopping* diperoleh KS-Z = 0,167 dengan p = 0,014 (>0,050) dan variabel *psychological capital* diperoleh KS-Z = 0,123 dengan p = 0,200 (>0,050), berarti sebaran data variabel *job hopping* mengikuti sebaran data tidak berdistribusi normal dan variabel *psychological capital* mengikuti sebaran data normal. Selanjutnya pada uji linearitas diperoleh F = 8,458 dan p = 0,011. Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *psychological capital* dengan *job hopping* merupakan hubungan yang linier.

Dari hasil uji korelasi dengan teknik analisis *non parametric* dari *Spearman* diperoleh koefisien korelasi (rxy) = -0,304 dengan p = 0,038 (p < 0,05) yang berarti ada hubungan negatif antara *psychological capital* dengan *job hopping* pada pekerja generasi millenial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta. Hal tersebut menunjukan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Besarnya nilai R = -0,304 yang artinya antara variabel *psychological capital* dengan *job hopping* memang terdapat korelasi, namun korelasi pada kedua variabel tersebut rendah karena koefisien korelasi berkisar antara 0,200 sampai 0,399 (Sugiyono, 2015). Selain itu, hasil analisis data tersebut juga menunjukkan nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 0,156 yang menunjukkan bahwa variabel *psychological capital* menunjukkan kontribusi 15,6% terhadap *job hopping* dan sisanya 84,4% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu kepuasan kerja, perputaran karyawan, peran konflik, serta kesjahteraan karyawan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumya yang dilakukan oleh Suryaratri dan Abadi (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *psychological capital* dengan *job hopping*. Semakin tinggi *psychological capital* maka semakin rendah *job hopping*. Sebaliknya, semakin rendah *psychological capital* maka semakin tinggi *job hopping*. Adanya hubungan antara *psychological capital* dengan *job hopping* berarti setiap dimensi *psychological capital* memberikan sumbangan terhadap *job hopping* pada pekerja generasi millenial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta.

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

Terdapat empat dimensi dari *Psychological Capital* menurut Luthans (2007), yaitu *self-efficacy*, *hope*, *optimisme*, dan *resiliency*. Dimensi *self efficacy* menurut Stajkovic, dkk. (dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007) 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, individu 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. Seperti halnya yang dijelaskan oleh Hauw dan Vos (dalam Smith & Nicholas, 2015), pekerja generasi millenial menyukai pekerjaan yang bermakna dan menantang karena hal tersebut membuat generasi millenial dapat memajukan karir. Sehingga generasi millenial dengan *self efficacy* yang tinggi ini mampu mengaitkan kegagalan karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh sehingga berusaha untuk mengendalikan hal tersebut (Bandura, 1994).

Dimensi *hope* menurut Synder (dalam Luthans, Youssef, dan Avolio, 2007) adalah keadaan motivasi positif individu yang didasarkan pada rasa interaktif yang berasal dari keberhasilan individu (energi yang diarahkan pada tujuan) dan jalur (perencanaan untuk memenuhi tujuan). Individu yang memiliki *hope* tinggi akan memiliki motivasi positif yang berasal dari keberhasilan individu mencapai tujuan sesuai dengan rencana. Menurut Gu (2015), ketika perusahaan memiliki organisasi, atmosfer, metode evaluasi, dan jenjang karir yang jelas, pekerja akan memiliki motivasi dan rangsangan terkait potensi yang akan berubah menjadi perilaku organisasi yang positif. Lebih lanjut, perusahaan yang memiliki sistem promosi yang adil akan membuat setiap pekerja memiliki peluang promosi, sehingga akan membuat pekerja merasa termotivasi untuk bekerja keras dengan senyuman dan optimis. Selama seorang pekerja memiliki kualitas dan kemampuan yang baik, pekerja akan memiliki peluang untuk dipromosikan. Rute promosi yang adil akan memberikan peluang yang sama bagi pekerja membuat pekerja termotivasi dan lebih bertekad untuk mencapai tujuan tersebut. Ketika pekerja mendapatkan kemajuan karir dalam bekerja secara tidak langsung akan membuat pekerja bertahan di dalam pekerjaannya. Lebih lanjut dapat dikatakan, bahwa ketika pekerja generasi millenial 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.

Menurut Lopez dan Snyder (2003), 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 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. Lebih lanjut dijelaskan bahwa optimis dapat mempengaruhi gairah seorang individu, dalam melaksanakan pekerjaan. Menurut McGinnis (1995) optimis sangat penting dimiliki oleh seorang yang sedang berada pada masa dewasa awal dalam hal ini termasuk generasi millenial 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. Sehingga apabila pekerja generasi millenial 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, Youssef, dan Avolio (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 millenial yang memiliki tingkat resiliensi yang tinggi walaupun dalam perusahaan menghadapi tekanan, menanggung beban kerja yang berat, dan bekerja selama berjam-jam akan dapat beradaptasi dengan lingkungan seperti itu dan sangat ulet, sehingga pekerja generasi millenial akan bertahan dalam pekerjaannya (Gu, 2015). Selain itu menurut Hauw dan Vos (dalam Smith & Nicholas, 2015) pekerja generasi millenial lebih menyukai pekerjaan yang bermakna dan menantang karena berpotensi dapat memajukan karir.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara *psychological capital* dengan *job hopping* pada pekerja generasi millenial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta. Artinya semakin tinggi *psychological capital* maka semakin rendah *job hopping*. Sebaliknya, semakin rendah *psychological capital* maka semakin tinggi *job hopping*. Selain itu, hasil analisis data tersebut juga menunjukkan nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 0,156 yang menunjukkan bahwa variabel *psychological capital* memiliki kontribusi sebesar 15,6% terhadap *job hopping* dan sisanya 84,4% dipengaruhi oleh faktor lain eperti kepuasan kerja, peran konflik, serta kesjahteraan karyawan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor lain tersebut yang dapat mempengaruhi *job* hopping.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ali dan Purwandi (2017). *Millenial nusantara*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Bandura, A. (1994). *Self-efficacy. in v. s. ramachaudran (ed.)*, *encyclopedia of human behavior*. 4, 71-81. New York: Academic Press.

Chamariyah. (2015). Pengaruh self efficacy, assertiveness, dan self esteem terhadap keinginan pindah kerja (turnover intentions) pegawai pada Bank Jatim cabang Pamekasan. *Jurnal NeO-Bis*. *9*(1). 20-38.

Cavus, M, F,. & Gokcen, A,. (2015). Psychological capital: definition, components and effects*. British Journal of Education, Society & Behavioural Science*. *5*(3), 244-255.

Deloitte. (2016). The 2016 deloitte millennial: survey winning over the next generation of leaders. Downloaded on November, 2018, http://www.deloitte.com/

Ghiselli, Edwin, E. (1974). Some perspectives for industrial psychology. *american psychologist*. *1*(1). 80-87.

Gu, Baoyi. (2016). Effects of psychological capital on employee turnover intentions: A study based on Hai Di Lao Hot Pot. *Journal of Global Tourism Research*. *1*(1). 21-28.

Hardi, Wahyudi. (2017). Pengaruh modal psikologis terhadap work engagement dan kinerja perawat di instalasi rawat inap rumah sakit ibnu sina Makassar tahun 2017. *Thesis*.

Kilber, J., Barclay, A., dan Ohmer, D. (2014). Seven tips for managing generation Y. *Journal of Management Policy and Practice*.*15*(4). 80-91.

Luthans, F., Youssef, C., M., & Avolio, B., J. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive edge.* New York: Oxfor University Press.

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*, 541-572.

Naresh, B., & Rathnam, B, V. (2015). Job hopping in software industry with reference to select software companies: A study warangal: Bura Naresh al. *International Journal of Recent Research* Aspects ISSN: 2349-7688. Vol. 2, Issue 1.

Pranaya, D. (2014). Job-hopping–an analytical review. *International Journal of Research in Business Management (IMPACT: IJRBM)*. *2*(4), 67-72.

Purwandi, Lilik. (2016). Indonesia 2020 : The urban middle millenials. *Alvara Research Center*. 5-32.

Ratanjee, V dan Emond, L. 2013. *Why Indonesia must engage younger workers*. Diakses pada 27 November 2018 dari <http://news.gallup.com>/businessjournal/166280/why-indonesiaengage-youngerworkers.aspx.

Smith, Travis, J. dan Nichols, T. (2015). Understanding the millenial generation. *Journal of Business Diversity*. *15*(1), 39-47.

Recruitufi. (2015). Job hopping: The new norm. Recruitufi. (2015). Job hopping: The new norm. Diakses pada 27 November 2018 dari <http://people-press.org/report/300/aportrait-of-generation-next>.

Sebastian, Y. Amran, D. dan Youthlab. (2016). *Generasi langgas*. Jakarta Selatan: Gagas Media.

Sugiyono (2016). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta

Suryaratri, R, D,. dan Abadi, M, A,. (2018). Modal psikologis dan intensi job hopping pada pekerja generasi millenial. *Ikraith-Humaniora*.*2*(2),77-83.

Yuen, S. H. (2016). Examining the generation effects on job-hopping intention by applying the Theory of Planned Behavior (TPB). *Thesis-Dissertation.*

Yuliawan & Himam, (2007). The grasshopper phenomenon: Studi kasus terhadap profesional yang sering berpindah pekerjaan. *Jurnal Psikologi*. *3*(1), 76-88.