

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

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. 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 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).

Pada 2020 mendatang, Indonesia diduga akan mengalami “Bonus Demografi” (Sutikno, 2017). Bonus Demografi adalah suatu keadaan atau kondisi dimana penduduk yang berusia produktif (15-60 tahun) lebih banyak daripada penduduk yang berusia non-produktif (<15 tahun - >64 tahun). 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 (Sutikno, 2017).

Recruitifi (2015) menjelaskan bahwa pekerja dari generasi millennial 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 millennial atau yang bisa disebut generasi Y adalah penduduk yang lahir pada tahun 1980-2000-an. Sedangkan menurut Cahill dan Sedrak (dalam Killber, dkk., 2014) generasi millennial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 dan 2000, generasi ini merupakan kelompok terbesar, berjumlah sekitar 88 juta jiwa. Menurut *Time Magazine* (dalam Sebastian, dkk., 2016), generasi millennial adalah orang-orang yang lahir pada 1980-2000, hal ini menunjukkan bahwa generasi millennial berusia 20-39 tahun.

Sebastian, Amran, dan Youthlab (2016) menjelaskan bahwa terdapat beberapa karakteristik dari generasi millennial, yaitu kolektif, kustomisasi, komunitas, dekat keluarga, perubahan generasi, mengejar inspirasi, terhubung, dan percaya diri. Selain itu, generasi millennial umumnya dicirikan dengan keinginan untuk bebas beraktivitas, menyukai fleksibilitas, menyukai keterbukaan, dan dapat melihat permasalahan dalam perspektif yang berbeda (Suryaratri dan Abadi, 2018). Namun, menurut Pasioka (dalam Hanus, 2016) generasi millennial memiliki komitmen yang rendah terhadap organisasi, sehingga membuat generasi millennial sering memutuskan untuk berpindah-pindah pekerjaan, karena ukuran sukses di dunia kerja adalah ketika seseorang bisa

pindah-pindah kerja dari satu perusahaan ke perusahaan lain, bagi generasi millennial semakin sering pindah berarti individu tersebut 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 visi dan misi jangka panjang perusahaan. Karyawan atau pekerja jangka pendek dianggap kurang tepat untuk dijadikan aset dalam mencapai visi dan misi tersebut (Suryaratri & Abadi, 2018).

Saat ini krisis ekonomi yang mengguncang dunia dapat mengurangi tempat yang tersedia untuk bekerja. Krisis kepercayaan membuat perusahaan semakin selektif dalam memilih pekerja untuk perusahaan, kesalahan dalam memilih pekerja sama halnya dengan menciptakan bom waktu bagi perusahaan, karena cepat atau lambat akan meledak dengan sendirinya dan dapat menjadi *boomerang* bagi perusahaan. Hal ini membuat iklim kerja menjadi sulit, sehingga banyak pencari kerja tidak mendapat tempat yang dibutuhkannya (Yuliawan & Himam, 2007).

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 tersebut tentu saja unik, sebab terjadi bukan pada zaman yang mudah untuk memperoleh pekerjaan, melainkan justru pada saat begitu banyak orang kehilangan pekerjaan dan berusaha 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). 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 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 pekerjaan tidak sesuai harapan, berpindah pekerjaan atas dasar sukarela, berpindah kerja dalam periode waktu yang singkat dan tidak menentu. Cennamo dan Gardner (dalam Yuen, 2016) menjelaskan bahwa individu yang melakukan *job hopping* adalah individu yang memiliki harapan yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pekerjaan. Walker dan Sorce (dalam Yuen, 2016) menambahkan bahwa individu yang merasa pekerjaan tidak sesuai dengan harapan tersebut tidak menyukai pekerjaan yang saat ini dilakukan. Berpindah pekerjaan atas dasar sukarela, Yuen (2016) menjelaskan orang yang melakukan *job hopping* dianggap sebagai pergantian sukarela karena individu memilih untuk meninggalkan pekerjaan sesuai dengan kehendak individu tersebut. 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 dari satu perusahaan ke perusahaan lain berulang kali dalam waktu singkat atau sering, tetapi tidak secara teratur atau terus menerus. Biasanya berpindah pekerjaan tersebut dilakukan dalam waktu kurang dari 2 tahun.

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 perilaku *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 memiliki perilaku untuk melakukan *job hopping*.

Fenomena *job hopping* juga terjadi pada PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta. PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta adalah perusahaan yang mengembangkan segmentasi pengolah makanan siap saji *frozen food*. PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta bertekad untuk memberikan yang terbaik dalam bisnisnya. Perusahaan selalu berpijak pada nilai-nilai profesionalitas, peningkatan

kualitas sumber daya, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus menerus berkesinambungan, serta kepedulian dan komitmen kepada kepuasan yang maksimal bagi para pelanggan sebagai landasan dasar PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta merupakan perusahaan berskala menengah yang memiliki beberapa pabrik pengolahan di Indonesia. Meningkatnya jumlah konsumsi daging olahan seperti sosis, nugget, dan juga bakso membuat kinerja perusahaan ini terus berkembang. Pekerja di PT. Dagsap Endura Eatore terbilang cukup banyak, yaitu sekitar 300 pekerja yang didalamnya terdapat kurang lebih 100 pekerja usia 20-39 tahun (generasi millennial). Saat ini perusahaan memiliki sumber daya manusia dengan standar kebutuhan konsumen, memiliki tenaga kerja yang telah berpengalaman lebih dari 5 tahun di bidang industri makanan siap saji, khususnya *frozen food*.

Namun, dari hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 26 Mei 2019 kepada salah satu HRD-GA PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta mengeluhkan hampir setiap tahun ada beberapa pekerja yang tiba-tiba menyerahkan surat pengunduran diri, pengunduran diri tersebut dikarenakan ada pekerjaan lain yang lebih ideal menurut beberapa pekerja yang mengundurkan diri tersebut. Sehingga hal ini menjadi perhatian yang cukup serius bagi perusahaan karena menimbulkan dampak yang cukup membuat sibuk petinggi perusahaan, seperti perusahaan harus mencari pekerja baru yang dapat menggantikan peran pekerja sebelumnya.

Hal ini diperkuat dengan kasus yang peneliti temukan di lapangan, pada wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada 9 orang pekerja generasi millennial PT. Dagsap Endura Eatore tanggal 1 Juli 2019. Berdasarkan hasil wawancara,

diperoleh data sebanyak 6 dari 9 orang pekerja menunjukkan gejala perilaku *job hopping* yang dapat digolongkan tinggi. Dilihat dari karakteristik pekerjaan tidak sesuai dengan harapan, para pekerja mengatakan bahwa pekerjaan saat ini tidak sesuai dengan latar belakang pendidikan, terpaksa pindah dari pekerjaan sebelumnya dan diterimanya di PT. Dagsap endura Eatore Yogyakarta, merasa bahwa pekerjaan tersebut sebagai tuntutan karena keluarga menginginkan pekerjaan yang dekat dari rumah, hanya diterima di perusahaan tersebut, dan melihat bahwa ada beberapa pekerjaan yang lebih ideal dari yang dikerjakan saat ini.

Selanjutnya pada karakteristik berpindah pekerjaan atas dasar sukarela, hasil wawancara menunjukkan bahwa sebelum menjadi pekerja di PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta ini para pekerja sudah pernah dan bahkan sering berpindah kerja atas kemauan sendiri karena pekerjaan sebelumnya membuat pekerja merasa bosan, beban kerja yang terlalu berat, senioritas yang tinggi, dan tidak ada kesempatan untuk naik ke jenjang berikutnya. Pada karakteristik berpindah kerja dalam periode waktu yang singkat dan tidak menentu, hasil wawancara menunjukkan bahwa para pekerja sebelumnya pernah pindah kerja dengan durasi waktu yang tidak menentu, biasanya dalam waktu 3 bulan keluar dari perusahaan, pekerja lain mengatakan terkadang dalam rentang waktu 1 tahun bisa 2 kali berganti pekerjaan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa 6 dari 9 orang pekerja generasi millennial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta memiliki perilaku *job hopping* yang tergolong bermasalah dan sisanya memiliki perilaku *job hopping* cenderung sedang.

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 menurut Sebastian, dkk., (2016), 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.

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. Hirono & Siy (dalam Yuen, 2016) menambahkan, 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).

Selain itu, *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 millennial 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 millennial. 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 seseorang 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 job hopping pada pekerja generasi millennial?*

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *psychological capital* dengan *job hopping* pada pekerja generasi millennial PT. Dagsap Endura Eatore Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan pada ilmu psikologi terutama psikologi industri dan organisasi mengenai *psychological capital* dengan *job hopping* pada pekerja generasi millennial.

b. Manfaat Praktis

Jika penelitian ini terbukti maka dapat dimanfaatkan untuk program evaluasi perusahaan, yang berkaitan dengan *psychological capital* dan perilaku *job hopping* pada pekerja generasi millennial.