

# MODAL PSIKOLOGIS DAN INTENSI *JOB HOPPING* PADA PEKERJA GENERASI MILLENNIAL

Ratna Dyah Suryaratri, Muhammad Adib Abadi

Universitas Negeri Jakarta  
Jl. Rawamangun Muka, Jakarta Timur 13220  
[suryaratri@unj.ac.id](mailto:suryaratri@unj.ac.id), [muh.adib13@gmail.com](mailto:muh.adib13@gmail.com)

## ABSTRACT

*This study aims to find a relationship between psychological capital and job hopping intention in millennial workers. Participants in the study are workers from millennial generation aged 18-28 that is currently working for less than 1 year in their current workplace. A quantitative method is used with questionnaire as instrument. Measurement is done using Job Hopping Intention Scale from Yuen (2016) and Psychological Capital Questionnaire-24 (PCQ-24) from Luthans, Youssef, and Avolio (2007) that were adapted to suit characteristics of respondents. Result shows that there is a significant correlation between psychological capital and job hopping intention among millennial workers. Psychological capital has a negative correlation with job hopping intention with Pearson correlation = -0.197 at 5% statistical significance. The study concludes that lower job hopping intention was found among workers with higher psychological capital, and vice versa.*

**Keywords:** *Psychological capital, job hopping intention, millennial workers*

## 1. PENDAHULUAN

Organisasi merupakan wadah dimana sekelompok orang bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan kolektif. Dalam mencapai tujuannya, suatu organisasi atau perusahaan tidak akan terlepas dari kualitas sumber daya manusia (SDM) yang mengendalikannya, yaitu para karyawan yang bekerja di dalamnya. Perusahaan tersebut akan memiliki visi dan misi jangka panjang, sehingga dibutuhkan juga karyawan yang berfokus pada aspek jangka panjang. Karyawan tersebut diharapkan mampu bekerja lebih keras, berusaha untuk mempelajari berbagai keterampilan baru untuk dipromosikan dan menjaga kepentingan perusahaan sehingga perusahaan akan maju. Karyawan jangka pendek dianggap kurang tepat untuk dijadikan aset dalam mencapai visi dan misi tersebut.

Salah satu fenomena yang terjadi di masyarakat saat ini adalah karyawan yang berpindah-pindah tempat kerja dengan cepat setelah diterima di perusahaannya. Fenomena ini disebut dengan *job hopping*. Pranaya (2014) mendefinisikan *job hopping* sebagai suatu bentuk dari *voluntary turnover* dimana seorang karyawan memiliki pola berpindah-pindah tempat kerja setiap satu atau dua tahun atas keputusan pribadinya sendiri dan bukan karena kebijakan perusahaan yang bersangkutan.

Yuen (2016) menambahkan bahwa perbedaan *job hopping* dengan *voluntary turnover* biasa terletak pada lamanya waktu seorang karyawan bertahan di tempat kerjanya serta frekuensi seringnya karyawan tersebut berpindah kerja. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa karyawan yang dianggap melakukan *job hopping* adalah mereka yang hanya bertahan selama kurang dari satu tahun di tempat kerjanya (Yuen, 2016).

Di Indonesia, sebuah survei oleh PT. Unilever Indonesia, Tbk. menyatakan bahwa 60 persen dari pekerja dewasa muda Indonesia yang baru meniti karier sudah pindah tempat kerja dalam kurun waktu satu sampai tiga tahun (Ngantung, 2013). Faridah Lim, *Country Manager* Jobstreet.com Indonesia (2016) menyebutkan bahwa generasi millennial adalah generasi “kutu loncat” (Ningrum, 2016; diambil dari [www.tekno.liputan6.com](http://www.tekno.liputan6.com)). Hasil survei yang dilakukan perusahaan penyedia informasi lowongan pekerjaan JobStreet.com terhadap 3.500 responden di Indonesia menunjukkan hampir 65,8 persen generasi milenial adalah kutu loncat alias tidak betah bekerja dalam waktu lama di satu perusahaan. Mereka akan pindah kerja dalam waktu kurang dari 1 tahun (Ningrum, 2016; diambil dari [www.tekno.liputan6.com](http://www.tekno.liputan6.com)).

Perilaku *job hopping* memiliki dampak merugikan yang nyata bagi pihak perusahaan yang

ditinggalkan. Keluarnya karyawan dari suatu perusahaan tidak hanya menambah biaya pengeluaran untuk rekrutmen karyawan baru pada perusahaan tersebut, tetapi juga mengurangi modal pengetahuan dan menurunkan reputasi perusahaan (Liu, dkk., 2010). Di sisi lain, karyawan yang masih bertahan di perusahaan akan mengalami demoralisasi. Hal ini disebabkan karena bertambahnya beban kerja karyawan yang masih bertahan untuk menggantikan pekerjaan dari karyawan yang keluar dari pekerjaan tersebut, yang dapat mengarah pada menurunnya produktivitas perusahaan (Memon, dkk., 2014; dalam Khotimah, 2015).

Dampak merugikan lain dari perilaku *job hopping* karyawan terhadap perusahaan yang ditinggalkannya adalah risiko menyebarnya informasi penting ke perusahaan saingan. Beberapa industri teknologi di Singapura mengeluhkan rahasia perusahaannya akan menyebar ke perusahaan saingannya (Ng, Hirono & Siy, 1986; dalam Yuen, 2016). Berbagai perusahaan lain di Jerman, Jepang, dan Amerika Serikat mencemaskan karyawan yang memiliki kemungkinan tinggi untuk melakukan *job hopping* karena besarnya investasi yang dikeluarkan perusahaan untuk pelatihannya, terlebih jika karyawan yang melakukan *job hopping* tersebut berpindah tempat kerja ke perusahaan saingannya (Lim & Chew, 1998; Lim, 2013; dalam Yuen, 2016). Perusahaan yang mengalami hal tersebut akan sangat dirugikan. Pemahaman mengenai fenomena *job hopping* menjadi sangat penting bagi perusahaan sehingga dapat menanganinya dengan tepat.

Para 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, 2015). Generasi millennial merupakan sebutan untuk generasi masyarakat yang lahir pada tahun 1989-1999 (Hannus, 2016). Generasi ini umumnya dicirikan dengan keinginan untuk bebas beraktivitas, menyukai fleksibilitas, menyukai keterbukaan, dan mampu melihat permasalahan dalam perspektif yang berbeda. Akan tetapi, generasi ini memiliki komitmen yang rendah terhadap organisasi sehingga membuat mereka sering memutuskan berpindah-pindah perusahaan (Pasioka 2009; dalam Hannus, 2016).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa para pekerja dari generasi millennial memiliki tingkat *job hopping* yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya (Armour, 2005). Survey dari Deloitte Millennial Survey (2016) yang dilakukan 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 (Deloitte, 2016).

Dalam penelitian Yuen (2016) mengenai intensi *job hopping* pada para pekerja dari generasi millennial di Hong Kong diketahui bahwa para pekerja generasi millennial memiliki tingkat kepuasan kerja yang lebih rendah dibandingkan generasi-generasi sebelumnya. Yuen (2016) menjelaskan bahwa kepuasan kerja yang rendah dapat mengarah kepada intensi untuk melakukan *job hopping*. Hasil penelitiannya konsisten dengan penelitian lainnya yang menunjukkan bahwa karyawan yang lebih muda memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk berpindah tempat kerja (Ertas, 2015; Pitts, 2011; dalam Yuen, 2016). Generasi millennial memiliki intensi *job hopping* yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya.

Selain kepuasan kerja, loyalitas yang rendah juga merupakan hal yang dikaitkan dengan *job hopping* (Aswathappa, 2005; dalam Yuen, 2016). Karyawan yang terlalu cepat keluar dari tempat kerja dianggap tidak memberikan kontribusi yang cukup terhadap organisasi, tidak mempelajari keterampilan baru, dan tidak mendapatkan pengalaman yang cukup dari pekerjaan mereka. Mereka dianggap tidak beradaptasi terhadap budaya organisasi (Mtungwa, 2009; dalam Yuen, 2016). Perusahaan menganggap karyawan demikian sebagai orang-orang yang memiliki komitmen rendah dan tidak bertanggungjawab (Nkomo & Thwala, 2009; dalam Yuen, 2016). Seorang karyawan melakukan *job hopping* atas keputusan pribadinya sendiri (Yuen, 2016). Dengan demikian, semua hal tersebut menunjukkan bahwa psikologis karyawan memainkan peran penting dalam keputusan untuk melakukan *job hopping*, sehingga penting untuk menelusuri faktor psikologis yang mampu mendorong seorang karyawan untuk bertahan di tempat kerjanya daripada memilih untuk melakukan *job hopping*.

Avey, dkk. (2009) menyarankan konsep “modal psikologis”, suatu konstruk psikologis yang terdiri dari empat komponen yaitu: efikasi diri, harapan, optimisme, dan resiliensi, sebagai faktor yang sangat efektif dalam mencegah stres dan menghambat *turnover intention* sehingga mengurangi kemungkinan karyawan untuk mencari pekerjaan baru. Dalam penelitian Luthans dan Jensen (2005) ditemukan bahwa modal psikologis memiliki korelasi positif dengan komitmen perawat di rumah sakit dan memiliki korelasi negatif dengan *turnover intention*. Modal psikologis dianggap berperan efektif dalam mendorong adaptasi di tempat kerja.

Salah satu keunggulan modal psikologis dibandingkan *social capital* dan *human capital*

adalah bahwa modal psikologis bersifat cair dan dapat dikembangkan. Tidak seperti *social capital* dan *human capital*, modal psikologis menawarkan sebuah sumber potensial yang dinamis dan mampu berkembang secara terus-menerus sepanjang waktu (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Ini berarti, perusahaan dapat meningkatkan modal psikologis karyawannya baik melalui pelatihan maupun metode lain. Luthans, Youssef dan Avolio (2007) menyatakan bahwa modal psikologis berhubungan dengan rendahnya tingkat absen, rendahnya sinisme dan intensi *turnover*, serta meningkatkan kepuasan kerja dan komitmen karyawan. Semua hal tersebut merupakan faktor-faktor yang dianggap mendasari keputusan karyawan untuk berpindah kerja. Dengan demikian, seorang karyawan yang memiliki modal psikologis yang tinggi diharapkan akan lebih memilih untuk bertahan lebih lama di tempat kerjanya dan tidak berpindah-pindah pekerjaan setelah baru bekerja dalam waktu yang singkat.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti menduga bahwa modal psikologis memiliki hubungan dengan intensi *job hopping* karyawan. Hubungan tersebut juga diduga bersifat negatif. Artinya, peneliti menduga bahwa pada karyawan yang memiliki modal psikologis yang lebih tinggi akan ditemukan intensi *job hopping* yang lebih rendah pula, begitu juga sebaliknya. Mengingat besarnya dampak *job hopping* terhadap perusahaan, penelitian ini diharapkan mampu menambah pemahaman mengenai fenomena *job hopping* karyawan, khususnya pada pekerja generasi millennial secara ilmiah.

### **Modal Psikologis**

Luthans, Youssef dan Avolio (2007) mendefinisikan modal psikologis sebagai suatu kondisi perkembangan dari keadaan psikologis positif seseorang yang ditandai dengan (1) memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri dalam mengambil dan mengerahkan usaha agar berhasil dalam melakukan tugas-tugas yang menantang (efikasi diri); (2) membuat atribusi yang positif tentang kesuksesan di masa kini dan masa depan (optimisme); (3) memiliki harapan dalam mencapai tujuan dan bila perlu mengalihkan jalan atau mencari jalan lain untuk mencapai tujuan (harapan); dan (4) ketika dihadapkan pada masalah dan halangan dapat bertahan dan bangkit kembali, bahkan melebihi untuk mencapai kesuksesan (resiliensi). Keempat komponen tersebut diyakini dapat memprediksi kinerja dan kepuasan kerja karyawan dengan lebih baik dalam satu variabel "modal psikologis" dibandingkan jika empat komponen tersebut diteliti secara terpisah (Avey, 2009).

Dalam hal ini penting untuk diketahui bahwa modal psikologis merupakan keadaan atau *states* psikologis positif dan bukanlah *trait* psikologis (Thomas, 2014). *Trait* merupakan karakteristik yang secara relatif menetap pada diri individu, sedangkan keadaan atau *states* merupakan

karakteristik yang bersifat sementara, tidak permanen (Thomas, 2014). Seseorang dapat memiliki *trait* tertentu dan orang lainnya mungkin tidak memiliki *trait* tersebut. Di sisi lain, keadaan atau *states* melibatkan tingkah laku, pikiran, dan tindakan yang bisa dipelajari dan dikembangkan oleh setiap orang (Thomas, 2014). Luthans, Youssef, dan Avolio (2007) juga menjelaskan bahwa modal psikologis merupakan keadaan psikologis positif sehingga dapat berfluktuasi sepanjang waktu, baik meningkat maupun menurun. Modal psikologis dapat berkembang secara terus menerus sepanjang waktu (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007).

### **Intensi Job Hopping**

Belum banyak literatur yang membahas mengenai fenomena *job hopping*, khususnya di Indonesia. Pranaya (2014) menyatakan bahwa *job hopping* merupakan suatu pola berpindah-pindah perusahaan yang dilakukan setiap satu atau dua tahun yang disebabkan atas kemauan sendiri, bukan dari pihak perusahaan atau PHK. *Job hopping* dianggap sebagai bagian dari perilaku *voluntary turnover* yaitu keluar dari pekerjaan atas keinginan sendiri (Pranaya, 2014). Yuen (2016) mengemukakan perbedaan *job hopping* dengan *voluntary turnover* biasa terletak pada lamanya seorang karyawan bertahan di tempat kerjanya serta frekuensi seringnya karyawan tersebut berpindah kerja. Berdasarkan hasil wawancaranya terhadap para pekerja di Hong Kong, ia mengemukakan bahwa mayoritas respondennya menjawab bahwa 1 tahun adalah durasi waktu yang singkat untuk suatu *turnover* disebut sebagai *job hopping* (Yuen, 2016).

Intensi merupakan salah satu prediktor utama dalam menentukan apakah seseorang akan melakukan suatu perilaku tertentu. Intensi memiliki hubungan yang erat dengan perilaku sehingga dapat digunakan untuk memprediksi perilaku. Hal ini dikarenakan intensi merupakan anteseden bagi perilaku (Ajzen, 2005). Dalam hal ini, anteseden bagi perilaku *job hopping* adalah intensi *job hopping*.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa intensi *job hopping* didefinisikan sebagai kecenderungan atau keinginan individu untuk berhenti dari pekerjaannya secara sukarela atau pindah dari suatu organisasi ke organisasi lainnya menurut pilihannya sendiri meskipun ia merupakan karyawan tetap yang baru bekerja selama kurang dari 1 tahun di organisasi tempat ia bekerja.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan analisis korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian korelasional mengukur hubungan atau korelasi antara variabel dependen dengan variabel independen dan tidak dapat melihat pengaruh sebab akibat antar kedua variabel tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah pekerja generasi millennial yaitu orang-orang yang menjadi karyawan kurang dari 1 tahun di perusahaannya dan berusia antara 18 sampai dengan 28 tahun. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling non probabilita. Hal ini dikarenakan distribusi populasi yang dijadikan sampel dalam penelitian ini tidak diketahui.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengambilan data. Dalam penelitian ini terdapat dua buah alat ukur. Alat ukur ini adalah skala Intensi *Job Hopping* dari Yuen (2016) dan Skala Modal Psikologis dari Luthans, Avolio, dan Avoy (2007). Model pengukuran menggunakan model semantik diferensial 5 poin berdasarkan pertimbangan dari penelitian Friborg, Monica, dan Jan (2006) dari Departemen Psikologi Universitas Tromso, Norwegia yang mengemukakan bahwa model semantik diferensial lebih baik digunakan daripada skala likert dalam mengukur konstruk psikologis positif karena dapat mengurangi *acquiescence bias*.

Jenis sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling purposif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 orang dari pekerja generasi millennial di wilayah JABODETABEK yang merupakan salah satu kawasan pusat aktivitas pemerintahan, perdagangan, dan industri di Indonesia.

### 3. HASIL DAN DISKUSI

#### Gambaran Modal Psikologis pada Pekerja Generasi Millennial

Hasil pengukuran modal psikologis terhadap responden dibagi menjadi tiga kategori skor yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Berikut tabel untuk kategorisasi skor modal psikologis:

**Tabel 1. Kategorisasi Skor Modal Psikologis**

Kelompok Skor	Jumlah	Persentase
Rendah	0	0%
Sedang	39	39%
Tinggi	61	61%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Dapat diketahui bahwa 39 responden (39%) berada pada kategori sedang dan 61 responden (61%) berada pada kategori tinggi. Tidak ada responden yang berada dalam kategori rendah. Dengan demikian, kategorisasi modal psikologis berdasarkan jenis kelamin tidak akan menampilkan skor rendah. Berikut kategorisasi modal psikologis berdasarkan jenis kelamin responden ditampilkan pada Tabel 2:

**Tabel 2. Kategorisasi Modal Psikologis berdasarkan Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Sedang (%)	Tinggi (%)	Total
Laki-laki	20%	16%	36%
Perempuan	29%	35%	64%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

#### Gambaran Intensi *Job Hopping* pada Pekerja Generasi Millennial

Hasil pengukuran intensi *job hopping* terhadap responden dibagi menjadi dua kategori skor yaitu rendah dan tinggi. Berikut tabel untuk kategorisasi skor intensi *job hopping*:

**Tabel 3. Kategorisasi Skor Intensi *Job Hopping***

Kelompok Skor	Jumlah	Persentase
Rendah	49	49%
Tinggi	51	51%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Dapat diketahui bahwa 49 responden (49%) memiliki derajat intensi *job hopping* yang rendah sedangkan 51 responden (51%) memiliki derajat intensi *job hopping* yang tinggi. Berikutnya akan ditampilkan gambaran intensi *job hopping* responden berdasarkan jenis kelamin, pendidikan formal terakhir, dan wilayah kerja.

**Tabel 4. Kategorisasi Intensi *Job Hopping* berdasarkan Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Rendah (%)	Tinggi (%)	Total
Laki-laki	20%	16%	36%
Perempuan	29%	35%	64%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabel 5. Kategorisasi Intensi *Job Hopping* berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden**

Tingkat Pendidikan	Rendah (%)	Tinggi (%)	Total
D3	17%	10%	27%
S1	18%	23%	41%
SMA	6%	11%	17%
SMK	8%	7%	15%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabel 6. Kategorisasi Intensi *Job Hopping* berdasarkan Wilayah Kerja Responden**

Tingkat Pendidikan	Rendah (%)	Tinggi (%)	Total
Jakarta	23%	37%	60%
Bogor	1%	3%	4%
Depok	1%	2%	3%
Tangerang	16%	2%	18%
Bekasi	8%	7%	15%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Uji Normalitas

Pada penelitian ini, penghitungan uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Data berdistribusi normal apabila nilai sig (*p-value*) lebih besar dari taraf signifikansi ( $\alpha = 0.05$ ) atau  $p > 0.05$ . Hasil pengujian normalitas variabel modal psikologis dan intensi *job hopping* dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

**Tabel 7. Uji Normalitas Variabel**

Variabel	p	$\alpha$	Interpretasi
Modal Psikologis	0.113	0.05	Data berdistribusi Normal
Intensi <i>Job Hopping</i>	0.067	0.05	Data berdistribusi Normal

Berdasarkan data yang ditunjukkan dalam Tabel 7, dapat diketahui bahwa variabel intensi *job hopping* dan modal psikologis sama-sama memiliki nilai sig (*p-value*) lebih besar daripada taraf signifikansi ( $\alpha = 0.05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa data dari kedua variabel tersebut berdistribusi normal.

### Uji Korelasi

Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan korelasi *pearson product moment* antara variabel modal psikologis dengan variabel intensi *job hopping*. Tabel 8 menyajikan hasil korelasi *product moment* variabel modal psikologis dengan intensi *job hopping*:

**Tabel 7. Uji Korelasi Variabel**

Variabel	r hitung	r tabel	Interpretasi
Modal Psikologis	0.113	0.05	Data berdistribusi Normal
Intensi <i>Job Hopping</i>	0.067	0.05	Data berdistribusi Normal

Taraf signifikansi pada 5% memiliki nilai r tabel sebesar 0.195. Nilai r hitung yang diperoleh sebesar -0.197 lebih besar daripada nilai r tabel menjadikan adanya hubungan negatif antara variabel intensi *job hopping* dengan modal psikologis.

### Pembahasan

Hasil pengujian model korelasi *pearson product moment* menunjukkan besarnya koefisien korelasi *pearson product moment* adalah sebesar -0.197 dengan r tabel = 0,195 dan  $p = 0.05$  pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian, hubungan yang terjadi signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Ini berarti ada hubungan yang signifikan antara modal psikologis dengan intensi *job hopping* pada pekerja generasi millennial. Hubungan tersebut bersifat negatif, artinya pada karyawan yang memiliki modal psikologis yang lebih tinggi ditemukan pula intensi *job hopping* yang lebih rendah.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan gambaran modal psikologis pada pekerja generasi millennial bahwa 39% responden berada pada kategori sedang dan 61% responden berada pada kategori tinggi. Jadi, tidak ada responden yang berada dalam kategori rendah.

Ditilik berdasarkan jenis kelamin, pekerja laki-laki yang memiliki modal psikologis pada kategori sedang sebesar 9% sedangkan 27% berada pada kategorisasi tinggi. Pada pekerja perempuan, 30% berada pada kategori modal psikologis sedang dan 34% berada pada kategori tinggi dari seluruh total sampel. Hal yang menarik dari hasil ini adalah besarnya perbedaan antara pekerja laki-laki dan perempuan yang memiliki modal psikologis sedang dan tinggi. Pada pekerja laki-laki, jumlah dari mereka yang memiliki modal psikologis sedang jauh lebih rendah dibandingkan mereka yang memiliki modal psikologis tinggi (sebesar 18% yaitu 27% dikurangi 9%), sedangkan pada pekerja perempuan, perbedaan ini hanyalah 4% (30% dan 34%).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa 49 responden (49%) memiliki derajat intensi *job hopping* yang rendah sedangkan 51 responden (51%) memiliki derajat intensi *job hopping* yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan antara jumlah pekerja generasi millennial yang memiliki intensi *job hopping* tinggi dan rendah tidaklah besar.

Derajat intensi *job hopping* berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa 20% responden laki-laki berada pada kategori rendah untuk intensi *job hopping* sedangkan 16% berada pada kategorisasi intensi *job hopping* tinggi, sedangkan pada perempuan 29% berada pada kategori intensi *job hopping* rendah dan 35% berada pada kategori tinggi dari seluruh total sampel. Hal yang menarik adalah lebih banyak pada para pekerja laki-laki yang memiliki intensi *job hopping* yang rendah dibandingkan yang tinggi sedangkan pada perempuan sebaliknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lebih banyak dari para pekerja lulusan D3 yang memiliki intensi *job hopping* rendah (17% dari seluruh partisipan lulusan D3) daripada memiliki intensi *job hopping* yang tinggi (10% dari seluruh partisipan lulusan D3). Pada pekerja lulusan S1, mereka yang memiliki intensi *job hopping* rendah lebih sedikit dibandingkan mereka yang memiliki intensi *job hopping* yang tinggi (18% untuk yang rendah dan 23% untuk yang tinggi). Pada pekerja lulusan SMA juga ditemukan bahwa mereka yang memiliki intensi *job hopping* rendah lebih sedikit dibandingkan mereka yang memiliki intensi *job hopping* yang tinggi (6% untuk yang rendah dan 11% untuk yang tinggi). Terakhir, para pekerja lulusan SMK yang memiliki intensi *job hopping* rendah sebesar 8% dan tinggi sebesar 7%. Hal ini menunjukkan bahwa pekerja lulusan SMK yang memiliki intensi *job hopping* rendah sedikit lebih besar daripada mereka yang memiliki intensi *job*

hopping tinggi. Akan tetapi, perbedaan ini tidak sebesar pada lulusan D3.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal psikologis memiliki hubungan negatif dengan intensi *job hopping*. Faktor-faktor yang diduga memiliki hubungan dengan intensi *job hopping* karyawan yaitu komitmen (Griffeth, dkk., 2000; dalam Boswell, dkk., 2005) dan kepuasan kerja (Trunk, 2008; dalam Nkomo & Thwala, 2009) juga dapat ditingkatkan melalui modal psikologis. Salah satu dimensi dari modal psikologis, yaitu harapan, memiliki pengaruh terhadap *workplace well-being* (Sydner; dalam Avey dkk., 2010). Penelitian dari Youssef (dalam Luthans, Youssef & Avolio, 2007) menemukan bahwa tingkat harapan pada manajer dan karyawan memiliki hubungan positif dengan kinerja, kepuasan kerja, kesenangan dalam bekerja, dan komitmen organisasi. Ini menjadikan harapan secara tidak langsung memiliki hubungan negatif dengan intensi *job hopping* karyawan melalui variabel komitmen dan kepuasan kerja.

Jika merujuk dari penelitian Luthans, dkk. (2017), modal psikologis ditemukan berperan dalam menghambat stres dan mengurangi perilaku yang tidak diinginkan (absentisme, sinisme, dan intensi *turnover*) pada karyawan, sehingga menghambat niat karyawan untuk keluar (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Penelitian selanjutnya diharapkan meliputi pengaruh sebab akibat antara modal psikologis dengan intensi *job hopping*.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara modal psikologis dengan intensi *job hopping* pada pekerja generasi millennial. Hubungan ini bersifat negatif. Artinya, pada pekerja yang memiliki modal psikologis yang lebih tinggi ditemukan pula intensi *job hopping* yang lebih rendah.

#### 5. Daftar Pustaka

Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 665-683.

Armour, Stephanie (2005, 6 November). *Generation Y: They've arrived at work with a new attitude*. Diambil dari: [https://usatoday30.usatoday.com/money/workplace/2005-11-06-gen-y\\_x.htm](https://usatoday30.usatoday.com/money/workplace/2005-11-06-gen-y_x.htm)

Avey, J., B., Luthans, F., Smith, R., M., & Palmer, N., F. (2010). Impact of positive psychological capital on employee well-being over time. *Journal of Occupational Health Psychology*, 15 (1), 17-28.

Barata, D. D. (2007). Pengaruh Strategi Brand Extension pada Intensitas Membeli Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 2, 2007.

Chaplin, J. P. 2000. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Corsini, R. 2002. *The Dictionary of Psychology*. London: Brunner/Routledge.

Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.

Engel, James F., et al (1995). *Perilaku Konsumen: Jilid I dan II. Edisi 6*. Binarupa Aksara. Jakarta.

Feng, Wong Chyi, and Tay Angeline. "Turnover intention and job hopping behaviour of music teachers in Malaysia." *African Journal of Business Management* 4.4 (2010): 425.

Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading: Addison-Wesley.

Friborg, O., Martinussen, M., & Rosenvinge, J. H. (2006). Likert-based vs. semantic differential-based scorings of positive psychological constructs: A psychometric comparison of two versions of a scale measuring resilience. *Personality and Individual Differences*, 40(5), 873-884.

Hannus, Sonja. "Traits of the millennial generation: Motivation and leadership." (2016).

Khatri, Naresh, Chong Tze Fern, and Pawan Budhwar. "Explaining employee turnover in an Asian context." *Human Resource Management Journal* 11.1 (2001): 54-74.

Luthans, F., Vogelgesang, G., R., & Lester, P., B. (2006). Developing psychological capital of resiliency. *Human Resource Development Review*, 5 (1), 25-44.

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

Ming-Cheng Lai and Yen-Chun Chen (2012). Self-Efficacy, Effort, Job Performance, Job Satisfaction, and Turnover Intention: The Effect of Personal Characteristics on Organization Performance. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 3, No. 4, August 2012.

Mohamad, S. F. (2008). *Effects of communication on turnover intention: A case of hotel employees in Malaysia*. Iowa State University.

Ngantung, Daniel (2013). Survei Membuktikan: 60 Persen Anak Muda Indonesia Suka Berpindah Tempat Kerja. Diambil dari: <http://www.tribunnews.com/lifestyle/2013/09/27/survei-membuktikan-60-persen-anak-muda-indonesia-suka-berpindah-tempat-kerja>

Ningrum, Dewi Widya (2016). Mayoritas Generasi Millennial Kutu Loncat. Diambil dari:

- <http://tekno.liputan6.com/read/2679823/mayoritas-generasi-milenial-kutu-loncat>
- Lancaster, Lynne C., and David Stillman. "When generations collide: how to solve the generational puzzle at work." *Harper Business, New York, New York* (2002).
- Pathak, D. (2014). Job hopping and turnover intentions: An empirical study. *International Journal of Research in IT and Management*, 4(7), 25-40.
- Pranaya, D. (2014). Job-Hopping–An Analytical Review. *International Journal of Research in Business Management (IMPACT: IJRBM) ISSN (E)*, 2 (4), 67-72.
- Rangkuti, A.A. (2015). *Buku ajar: Statistika inferensial untuk penelitian psikologi dan pendidikan*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Rangkuti, A.A., Lussy Dwiutami (2016). *Modul: Analisis data penelitian kuantitatif berbasis classical test theory dan item response theory (rasch model)*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta
- Rawlins, C., Indvik, J., & Johnson, P. R. (2008). Understanding the new generation: What the Millennial cohort absolutely, positively must have at work. *Journal of Organizational Culture, Communication and Conflict*, 12(2), 1.
- Schiffman & Kanuk, (2007), *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sufya, D. H. (2016). *Pengaruh modal psikologis, budaya organisasi dan spiritualitas di tempat kerja terhadap organizational citizenship behavior*. Jakarta: Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sumintono, B., & Widhioso, W., (2014). *Aplikasi Model Rasch untuk Penelitian Sosial Science Education*. Cimahi: Trim Komunikata Publishing House
- Thomas, J. L. (2014). State Versus Trait Conceptualisation of Psychological Capital. University of Western Australia
- Yuen, S. H. (2016). Examining the generation effects on job-hopping intention by applying the Theory of Planned Behavior (TPB).