GAMBARAN *SELF-PERCEIVED EMPLOYABILITY*

PADA KARYAWAN GENERASI Z DI PERUSAHAAN *START-UP*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan

Gelar Sarjana Psikologi

MUHAMMAD FATAHILLA RAMADANI

2110322023

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS ANDALAS

2025

GAMBARAN *SELF-PERCEIVED EMPLOYABILITY* PADA KARYAWAN GENERASI Z DI PERUSAHAAN *START-UP*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Psikologi

MUHAMMAD FATAHILLA RAMADANI
2110322023

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI PROGRAM SARJANA
FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, Muhammad Fatahilla Ramadani, menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:

GAMBARAN *SEF-PERCEIVED EMPLOYABILITY* PADA KARYAWAN GENERASI Z DI PERUSAHAAN *START-UP*

Merupakan hasil karya saya dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan di dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi dari Program Studi Psikologi Program Sarjana Fakultas Kedokteran Universitas Andalas sesuai peraturan yang berlaku.

Padang, 23 Mei 2025

Yang Menyatakan,

Muhammad Fatahilla Ramadani

NIM 2110322023

PERNYATAAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

GAMBARAN *SEF-PERCEIVED EMPLOYABILITY* PADA KARYAWAN GENERASI Z DI PERUSAHAAN *START-UP*

Oleh:

MUHAMMAD FATAHILLA RAMADANI

NIM. 2110322023

Hasil Penelitian Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan siap untuk dipertahankan dihadapan tim penguji Program Studi Psikologi Program Sarjana Fakultas Kedokteran Universitas Andalas

Padang, 23 Mei 2025

Menyetujui,

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Amatul Firdausa Nasa, M.Psi., Psikolog	Septi Mayang Sarry, M.Psi., Psikolog
NIP. 199008092019032013	NIP. 198609092022032005

PERNYATAAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi dengan judul:

GAMBARAN *SELF-PERCEIVED EMPLOYABILITY* PADA KARYAWAN GENERASI Z DI PERUSAHAAN *START-UP*

Yang dipersiapkan oleh:
MUHAMMAD FATAHILLA RAMADANI

NIM. 2110322023

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Psikologi Program Sarjana Fakultas Kedokteran Universitas Andalas pada tanggal 23 Mei 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Tim Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Amatul Firdausa Nasa, M.Psi., Psikolog NIP. 199008092019032013	Ketua Tim Penguji	
Septi Mayang Sarry, M.Psi., Psikolog NIP. 198609092022032005	Sekretaris	
Lala Septiyani Sembiring, M.Psi., Psikolog NIP. 198209192012122003	Anggota	
Puji Gufron Rhodes, S.Psi., M.Si	Anggota	

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah disetujui oleh:

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Amatul Firdausa Nasa, M.Psi., Psikolog	Septi Mayang Sarry, M.Psi., Psikolog
NIP. 199008092019032013	NIP. 198609092022032005

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Psikologi Program Sarjana

Fakultas Kedokteran Universitas Andalas

Nelia Afriyeni, S.Psi., M.A

NIP. 198604272014042001

Diketahui oleh:

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

Fakultas Kedokteran Universitas Andalas

dr. Rahmi Sukma Rita, Ph.D

NIP. 198408022009122003

KATA PENGANTAR

- Be the change that you wish to see in the world -

Puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat, dan karunia-Nya yang telah mengiringi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Shalawat serta salam tidak pula kita curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang mana syafa'atnya kita harapkan di hari akhir nanti. Skripsi ini berjudul "**Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up***" dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana (S1) Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Andalas.

Bukan hanya sekadar tulisan ilmiah, tetapi skripsi ini juga menjadi bagian penting dari cerita perjalanan penuh makna milik penulis dalam meraih impian. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang menjadi bagian penting dari perjalanan penulis.

1. Bapak Dr. dr. Sukri Rahman, Sp. THT-BL, Subsp.Onk (K) selaku Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Andalas.
2. Bapak Dr. Rozi Sastra Purna, M.Psi., Psikolog selaku Ketua Departemen Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Andalas.
3. Ibu Diny Amenike, M.Psi., Psikolog selaku Sekretaris Departemen Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Andalas.
4. Ibu Nelia Afriyeni, S.Psi., MA selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Andalas.

5. Ibu Lala Septiyani Sembiring, M.Psi., Psikolog selaku Sekretaris Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Andalas.
6. Ibu Amatul Firdausa Nasa, M.Psi., Psikolog dan Ibu Septi Mayang Sarry, M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing skripsi yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah memberikan penulis ilmu, saran, dan dukungan yang berharga selama proses bimbingan skripsi serta selalu membimbing penulis dengan kesabaran. Semoga Ibu diberikan kesehatan dan keberkahan dalam hidup serta kebaikan dan ketulusan Ibu dapat dibalas dengan pahala yang berlipat ganda oleh Allah SWT.
7. Ibu Lala Septiyani Sembiring, M.Psi., Psikolog dan Ibu Puji Gufron Rhodes, S.Psi., M.Si selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan banyak saran, masukan, maupun arahan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih Ibu yang telah meluangkan waktu untuk berdiskusi dan memberikan saran kepada penulis baik saat proses sidang maupun bimbingan.
8. Ibu Siska Oktari, M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah banyak memberikan bimbingan, saran, dan dukungan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini.
9. Ibu Tri Rahayuningsih, S.Psi., MA dan Bapak Weno Pratama, S.Psi., M.A selaku *expert judgement* yang telah memberikan masukan dan saran terhadap alat ukur penelitian.

10. Miss Nelly dan Kak Tiwi selaku staf akademik yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan khususnya selama masa pengerjaan skripsi.
11. Seluruh dosen dan staf akademik Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Andalas yang telah membantu dan memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
12. Ucapan terima kasih yang tiada habisnya untuk kedua orang tua penulis. Terima kasih Mama (Almh. Norasiah) yang selalu menjadi pengingat bagi penulis untuk selalu bangkit dari titik rendah dalam kehidupan dan selalu menjadi segalanya bagi penulis, terima kasih sudah membesarkan dan mendidik penulis hingga bisa menjadi seorang Tata saat ini. Terima kasih Papa (Fahmi Rizal) yang selalu bekerja keras dari pagi sampai petang untuk bisa menghidupi semua anaknya sampai menjadi 'seseorang' dan mengajarkan penulis banyak hal tentang kehidupan. Tanpa perjuangan, pengorbanan, dan kasih sayang Mama dan Papa, mustahil bagi penulis untuk bisa sampai di titik ini. Penulis sangat mengharapkan semua hal baik untuk Mama dan Papa, baik di dunia maupun di akhirat.
13. Bang Ferry, Bang Ricki, Bang Bima, Bang Didi, dan Ica yang sudah memberikan banyak doa, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis dari masa kecil hingga saat ini. Penulis bersyukur karena dikelilingi abang dan adik yang keren dan menyenangkan walaupun kadang menjengkelkan.

14. Ardelia, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan hal-hal baik yang telah diberikan kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Setiap waktu, momen, dan memori bersamamu terasa sangat menyenangkan bagi penulis. Kehadiran dirimu memberikan semangat dan kekuatan untuk menjalani hari-hari yang penuh tantangan. Penulis sangat menghargai itu dan berharap Ardelia selalu dikelilingi oleh hal-hal baik dalam hidupnya. Semoga kita dapat terus berbagi kasih sayang dan saling mendukung ke depannya.
15. Serta Mulia (Anti, As, Bita, Mel, Nad, dan Ojan), selaku teman baik penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih telah memberikan rasa manis dalam hambarnya hari-hari yang dijalani penulis, menjadi tempat berbagi cerita, tawa, dan tangis semasa penulis berkuliah, penulis mengapresiasi hal-hal yang kita lalui bersama. Terima kasih untuk seluruh do'a dan dukungan yang diberikan.
16. Para pia2 (Mel & Sharah), selaku teman senasib dan seperjuangan dalam berbagai hal. Terima kasih telah menjadi teman yang baik, suportif, dan selalu siap membantu ketika penulis membutuhkan, segala keluh kesah yang kita lalui bersama mungkin akan terasa jauh lebih berat jika tidak dijalani bersama.
17. Bariang Jamet (Om Ali, Wak Nafta, Apak Refki), selaku teman baik penulis sejak awal masa perkuliahan. Terima kasih atas cerita dan tawa yang kita bagi bersama, mari kurangi wacana yang selalu kita buat. Terima kasih untuk seluruh do'a dan dukungan yang diberikan.

18. Kokomeng (Ale, Laras, Muti, Nei, Winli, Wafa), selaku keluarga kecil penulis saat berorganisasi. Terima kasih telah memberikan kenangan dan pengalaman yang sangat berharga. Terima kasih untuk seluruh do'a dan dukungan yang diberikan. Kita yang terbaik!
19. Indah (Inur), selaku adik kecil yang penulis temui saat perkuliahan. Terima kasih telah mendukung dalam setiap hal yang penulis lalui dan menjadikan penulis tempat bertanya, penulis mengapresiasi hal tersebut. Terima kasih untuk seluruh do'a dan dukungan yang diberikan.
20. UPH (Mabit), yang telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa, dan lelah. Terima kasih untuk seluruh do'a dan dukungan yang diberikan.
21. Ktar ktir (Inpres Sattvajiva), yang telah menjadi teman penulis dalam berorganisasi. Terima kasih untuk seluruh do'a dan dukungan yang diberikan dan terima kasih telah bertumbuh bersama.
22. Urgent Magang (Cindi, Icak, Silpin), selaku teman etnosentris penulis. Terima kasih telah berbagi cerita dan memberikan do'a serta dukungan kepada penulis.
23. Sapyo, selaku teman baik penulis sejak SMA. Terima kasih untuk seluruh do'a dan dukungan yang diberikan.
24. Kapit x Senget, selaku teman baik penulis sejak SMA. Terima kasih untuk seluruh do'a dan dukungan yang diberikan.
25. BP 23 in Action, yang telah menjadi tempat hangat dan memberikan banyak do'a serta dukungan kepada penulis selama perkuliahan.

26. Psyboom & Psyben, selaku teman seperjuangan selama perkuliahan. Terima kasih atas pelajaran berharga yang diberikan. Penulis mengharapkan teman-teman dapat meraih mimpi yang telah diperjuangkan.
27. Kakak dan adik tingkat Psikologi yang telah memberikan pelajaran, do'a, dan dukungan kepada penulis.
28. BP Hima, ILMPI, Club Insight, Tumbang Awal Bros yang telah menjadi tempat penulis mengembangkan diri.
29. Hindia, .Feast, Perunggu, dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih telah menjadi penyemangat penulis melalui karya yang dibagikan.
30. FC Barcelona, yang sudah menghibur penulis dan tetap menjadi klub yang indah. *Més Que Un Club, Visca Barça!*
31. Terakhir, untuk diri sendiri yang berhasil menghadapi berbagai tantangan dan rintangan. Terima kasih telah menjadi seseorang yang kuat dan selalu berusaha memberikan yang terbaik, baik untuk diri sendiri maupun orang lain. *In the end, the one I can rely on is myself. It's okay, it happens, it's life. Thank you!*

Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk penyempurnaan penelitian ini saat masa mendatang. Penulis berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini dan

semoga Allah SWT. membalas kebaikan mereka dengan limpahan pahala dan berkah. Terakhir, besar harapan penulis, skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Padang, 14 Juni 2025

Muhammad Fatahilla Ramadani

2110322023

OVERVIEW OF SELF-PERCEIVED EMPLOYABILITY AMONG GENERATION Z EMPLOYEES OF START-UP COMPANIES

Muhammad Fatahilla Ramadani[1)], Amatul Firdausa Nasa[2)], Septi Mayang Sarry[2)], Lala Septiyani Sembiring[2)], Puji Ghufron Rhodes[2)]

1) Psychology Study Program, Faculty of Medicine, Andalas University
2) Psychology Department, Faculty of Medicine, Andalas University
mfatahilla04@gmail.com

ABSTRACT

Start-up companies that are based on technology and innovation are attractive to Generation Z. On the other hand, start-up companies have not yet achieved stability that can ensure business continuity and job security for employees. This study aims to look at the picture of self-perceived employability in Generation Z employees of Start-up Companies. The research method used in this study is a quantitative research method with descriptive statistical design. The subjects in this study amounted to 246 Generation Z employees of Start-up Companies. The data collection technique used in this study was voluntary sampling. Data collection in this study was carried out using an adaptation of the self-perceived employability scale (Rothwell & Arnold, 2007), with a reliability of the internal employability dimension of .948 and the external employability dimension of .973. The results of this study indicate that 67% of Generation Z employees in start-up companies have a high level of internal employability and 69,9% have a high level of external employability. It can be interpreted that Generation Z employees of Start-up Companies believe in their ability to maintain their current job or get the desired job.

Keywords*: *Self-Perceived Employability, Generation Z Employee, Start-up

GAMBARAN *SELF-PERCEIVED EMPLOYABILITY* PADA KARYAWAN GENERASI Z DI PERUSAHAAN *START-UP*

Muhammad Fatahilla Ramadani[1)], Amatul Firdausa Nasa[2)], Septi Mayang Sarry[2)], Lala Septiyani Sembiring[2)], Puji Ghufron Rhodes[2)]

1) Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas
2) Departemen Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas
mfatahilla04@gmail.com

ABSTRAK

Perusahaan *Start-up* yang berbasis teknologi dan inovasi menjadi daya tarik tersendiri bagi Generasi Z. Di sisi lain, perusahaan *start-up* belum mencapai stabilitas yang dapat menjamin keberlangsungan bisnis dan keamanan kerja bagi karyawan. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat gambaran *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan desain statistik deskriptif. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 246 orang karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up*. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *voluntary sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan adaptasi alat ukur *self-perceived employability scale* (Rothwell & Arnold, 2007), dengan reliabilitas dimensi *internal employability* sebesar .948 dan dimensi *external employability* sebesar .973. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 67% karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* memiliki tingkat *internal employability* yang berada pada kategori tinggi dan sebanyak 69,9% memiliki tingkat *external employability* yang berada pada kategori tinggi. Dapat diartikan bahwa karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* percaya akan kemampuan yang dimilikinya dalam mempertahankan pekerjaan saat ini atau mendapatkan pekerjaan yang diinginkan.

Kata Kunci: ***Self-Perceived Employability, Karyawan Generasi Z, Start-up***

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ..... **ii**
PERNYATAAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**
PERNYATAAN PERSETUJUAN PENGUJI ..... **iv**
PENGESAHAN SKRIPSI ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **xv**
DAFTAR TABEL ..... **xviii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xix**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 8
1.3. Tujuan Penelitian 8
1.4. Manfaat Penelitian 8
1.4.1. Manfaat Teoritis 8
1.4.2. Manfaat Praktis 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
2.1. Self-Perceived Employability 10
2.1.1. Definisi *Self-Perceived Employability* 10
2.1.2. Dimensi *Self-Perceived Employability* 11
2.1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Self-Perceived Employability* 12
2.2. Karyawan Generasi Z 13
2.3. Perusahaan *Start-up* 14
2.4. Kerangka Pemikiran 16
BAB III METODE PENELITIAN **19**
3.1. Identifikasi Variabel 20
3.2. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian 20
3.2.1. Definisi Konseptual *Self-Perceived Employability* 20
3.2.2. Definisi Operasional *Self-Perceived Employability* 20
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian 21

3.3.1. Populasi Penelitian 21
3.3.2. Sampel Penelitian 21
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel 21
3.4. Lokasi Penelitian 22
3.5. Instrumen Penelitian 23
3.5.1. Alat Ukur *Self-Perceived Employability* 23
3.5.2. Validitas 24
3.5.3. Reliabilitas 24
3.5.4. Uji Daya Beda Item 25
3.6. Hasil Uji Coba Alat Ukur 25
3.6.1. Skala *Self-Perceived Employability* 25
3.7. Prosedur Pelaksanaan Penelitian 26
3.7.1. Tahap Persiapan Penelitian 26
3.7.2. Tahap Pelaksanaan Penelitian 29
3.7.3. Tahap Pengolahan Data 29
3.8. Metode Analisis Data 30
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif 30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 31
4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian 31
4.1.1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin 31
4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia 31
4.1.3 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir 32
4.1.4 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Keikutsertaan Pelatihan 33
4.1.5 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Posisi dalam Pekerjaan . 33
4.1.6 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Masa Kerja di Perusahaan Saat Ini..... 34
4.1.7 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Peluang Pengembangan Diri pada Perusahaan Saat Ini 35
4.1.8 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Keinginan Pindah Pekerjaan 36
4.2. Hasil Utama Penelitian 36

4.2.1 Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* Berdasarkan Dimensi *Internal Employability*.. 37

4.2.2 Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* Berdasarkan Dimensi *External Employability*.. 38

4.3. Hasil Penelitian Tambahan..... 40

4.3.1 Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... 40

4.3.2 Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* Berdasarkan Keikutsertaan Pelatihan 42

4.3.3 Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* Berdasarkan Keinginan Pindah Pekerjaan.. 43

4.4. Pembahasan 44

BAB V PENUTUP..... 53

DAFTAR PUSTAKA..... 55

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Blueprint Skala Self-Perceived Employability 23
Tabel 3. 2 Koefisien Reliabilitas Skala Self-Perceived Employability..... 26
Tabel 3. 3 Kategorisasi Internal Employability 30
Tabel 3. 4 Kategorisasi External Employability 30
Tabel 4. 1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....31
Tabel 4. 2 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia 32
Tabel 4. 3 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir 32
Tabel 4. 4 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Keikutsertaan Pelatihan.... 33
Tabel 4. 5 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Posisi dalam Pekerjaan..... 33
Tabel 4. 6 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Masa Kerja di Perusahaan Saat Ini 35
Tabel 4. 7 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Peluang Pengembangan Diri pada Perusahaan Saat Ini..... 35
Tabel 4. 8 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Keinginan Pindah Pekerjaan 36
Tabel 4. 9 Deskripsi Skor Hipotetik dan Empirik Dimensi Internal Employability 37
Tabel 4. 10 Kategorisasi Internal Employability 38
Tabel 4. 11 Deskripsi Skor Hipotetik dan Empirik Dimensi External Employability..... 38
Tabel 4. 12 Kategorisasi External Employability 39
Tabel 4. 13 Gambaran Internal Employability Berdasarkan Pendidikan Terakhir 40
Tabel 4. 14 Gambaran External Employability Berdasarkan Pendidikan Terakhir 41
Tabel 4. 15 Gambaran Internal Employability Berdasarkan Keikutsertaan Pelatihan..... 42
Tabel 4. 16 Gambaran External Employability Berdasarkan Keikutsertaan Pelatihan..... 43
Tabel 4. 17 Gambaran Internal Employbility Berdasarkan Keinginan Pindah Pekerjaan..... 43
Tabel 4. 18 Gambaran External Employbility Berdasarkan Keinginan Pindah Pekerjaan..... 44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 *Kerangka Pemikiran* 18

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Generasi Z merupakan kelompok usia termuda yang saat ini telah memasuki dunia kerja, yakni individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 (Francis & Hoefel, 2018). Dilansir dari Sensus BPS (2020), jumlah Generasi Z mencapai 71,5 juta jiwa dari 270,2 juta jiwa penduduk Indonesia. Karakteristik dan ekspektasi kerja yang dimiliki Generasi Z berbeda dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya serta menghadapi berbagai tantangan unik yang dapat mempengaruhi stabilitas kariernya. Tumbuh dalam lingkungan teknologi digital yang penuh informasi dan berubah cepat, memberikan Generasi Z karakteristik unik dalam hal perilaku, preferensi, dan cara memandang dunia serta membentuk cara Generasi Z berinteraksi dan bekerja (Schroth, 2019; Wicaksana & Adhiningtyas, 2020). Meskipun Generasi Z memiliki keterampilan komunikasi daring yang baik, mereka cenderung kurang baik dalam berinteraksi secara langsung (Nasa dkk., 2022).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Prayoga dan Lajira (2022) menunjukkan bahwa 45% karyawan Generasi Z mengharapkan fleksibilitas kerja dan 69% lebih menyukai untuk tidak selalu bekerja di kantor. Generasi Z cenderung mencari tempat kerja yang mendukung kebutuhan pribadi dan profesional, yang sejalan dengan nilai-nilai yang dianut, seperti fleksibilitas dan *work-life balance* (Supia dkk, 2023). Generasi Z juga dikenal sangat paham akan teknologi dan mudah beradaptasi dengan teknologi digital, yang dapat

meningkatkan komunikasi dan produktivitas organisasi (Nikita dkk., 2024). Pandita dkk. (2023) menyebutkan bahwa kedekatan Generasi Z dengan teknologi juga dapat memfasilitasi penerapan *e-learning* dan perangkat digital lainnya yang mendukung pengembangan karyawan. Kemampuan untuk belajar dan beradaptasi dengan cepat terhadap alat dan platform digital baru sangat penting dalam lingkungan *start-up* (Naim, 2022).

Start-up sering dikaitkan dengan perusahaan yang baru saja dimulai atau sedang dalam tahap pengembangan dan identik dengan teknologi (Fauziah dkk., 2022). Perusahaan *start-up* sering kali berfokus pada kemajuan teknologi dan solusi inovatif untuk masalah yang ada (Fauziah dkk., 2022; Molina dkk., 2021). *Start-up* dianggap sebagai perusahaan yang sementara, terutama pada tahap awal siklus kehidupan bisnisnya, yang berupaya membangun kehadiran industri yang layak (Luchko dkk., 2019). Kapasitas yang tinggi dalam fleksibilitas, inovasi, dan adaptasi terhadap permintaan industri menjadi keunggulan bagi *start-up* (Zumhas, 2024). Murdianto (dalam Akbar, 2022) menyampaikan bahwa *start-up* sering kali menjadi pendorong utama inovasi perubahan, yang menarik bagi para pencari pekerjaan, terutama bagi Generasi Z ketika memilih jalur karier.

Start-up yang berbasis teknologi dan inovasi ini menjadi daya tarik tersendiri bagi Generasi Z. Berdasarkan data yang dipaparkan oleh Akbar (2022), 45% Generasi Z memiliki minat berkarier dalam perusahaan *start-up*. Generasi Z cenderung lebih menyukai pekerjaan yang melibatkan pemanfaatan teknologi, seperti dalam pembuatan dokumen, pengelolaan *database*, serta

penggunaan internet untuk mencari informasi (Nasa dkk., 2022). Selain itu, mereka lebih menyukai struktur organisasi yang datar yang mendorong komunikasi terbuka dan *work-life balance* (Kostoeva, 2023).

Perusahaan *start-up* menyediakan jam kerja yang fleksibel dan opsi kerja *hybrid*, yang memenuhi keinginan Generasi Z untuk otonomi dan kemampuan beradaptasi (Mufarrihati & Ariawaty, 2023; Yacine, 2022). Budaya perusahaan yang kolaboratif mendorong komunikasi dan kerja tim yang efektif, yang penting untuk keterlibatan Generasi Z (Syahputra & Hendarman, 2024). Perusahaan *start-up* biasanya juga menekankan program peluang pengembangan pribadi yang mendukung *work-life balance* (Fatima & Srivastava, 2024; Mahardika dkk., 2022). Fleksibilitas ini memungkinkan karyawan untuk mengelola komitmen pribadi mereka di samping tanggung jawab profesional, sehingga secara keseluruhan meningkatkan kepuasan kerja (Fatima & Srivastava, 2024). Keterampilan digital sangat penting untuk menavigasi pasar kerja yang terus berkembang (Bejaković & Mrnjavac, 2020).

Generasi Z menempatkan prioritas tinggi pada peluang pertumbuhan dan pengembangan karier, dengan fokus pada pembelajaran berkelanjutan dan potensi promosi yang memotivasi pencapaian pribadi (Talamayan dkk., 2024). Selain itu, keinginan mereka untuk berkontribusi secara positif kepada masyarakat menjadi pendorong utama dalam menemukan kebermaknaan kerja. Pengakuan atas kontribusi mereka dan sistem penghargaan yang fleksibel menjadi elemen penting yang meningkatkan kepuasan serta keterlibatan kerja (Gopal, 2024). Hal ini sejalan dengan pengalaman karyawan di *start-up*, di

mana dampak langsung dari pekerjaan mereka terhadap lintasan perusahaan memperkuat persepsi mereka terhadap nilai pekerjaan (Hussien, 2017).

Meskipun perusahaan *start-up* menawarkan lingkungan kerja yang dinamis, penuh peluang pengembangan, dan sesuai dengan nilai-nilai Generasi Z, sayangnya, banyak perusahaan *start-up* belum mencapai stabilitas yang dapat menjamin keberlangsungan bisnis dan keamanan kerja bagi karyawan (Zumhas, 2024). Karyawan di perusahaan *start-up* menghadapi kemunduran jangka panjang dalam hal pendapatan dan stabilitas pekerjaan (Fackler dkk., 2021). Kurangnya jaminan mengenai masa kerja biasa terjadi karena model bisnis perusahaan *start-up* sering berubah, yang mengarah pada potensi PHK (pemutusan hubungan kerja) dan ketidakamanan pekerjaan (Palekar dkk., 2022). Situasi ini mendorong karyawan, terutama di kalangan Generasi Z, untuk mengandalkan diri mereka sendiri dalam menghadapi tantangan ketidakamanan kerja. Salah satu hal penting yang dapat membantu individu mengatasi situasi ketidakpastian ini adalah *self-perceived employability* (Sakaki, 2022).

Self-perceived employability adalah persepsi individu terhadap kemampuan untuk mempertahankan pekerjaan yang dimiliki atau mendapatkan pekerjaan yang diinginkan (Rothwell & Arnold, 2007). Menurut Rothwell dan Arnold (2007) *self-perceived employability* memiliki 2 dimensi, yaitu *internal employability* dan *external employability*. *Internal employability* mengacu pada persepsi individu tentang nilai mereka di dalam organisasi tempat mereka bekerja saat ini. Sedangkan *external employability* mengacu pada persepsi

individu terhadap kemampuan mereka untuk mendapatkan pekerjaan di luar organisasi saat ini.

Rothwell dan Arnold (2007) menyampaikan bahwa *internal employability* mencakup dua aspek utama. Pertama, *self-valuation in current organization*, yaitu persepsi individu mengenai nilai dan kegunaan dirinya dalam organisasi tempat mereka bekerja. Kedua, *perceived value of occupation in current organization*, yakni penilaian organisasi terhadap pekerjaan dalam organisasi saat ini. Sementara itu, *external employability* juga terdiri atas dua aspek. Pertama, *self-valuation outside current organization*, yaitu bagaimana individu menilai keterampilan atau kompetensinya di luar organisasi tempat mereka bekerja. Kedua, *perceived value of occupation outside current organization*, yaitu persepsi terhadap penilaian organisasi lain terhadap pengalaman kerja individu.

Internal employability yang tinggi ditandai dengan komitmen terhadap pembelajaran berkelanjutan, yang memungkinkan individu beradaptasi terhadap perubahan persyaratan pekerjaan dan kondisi industri (Brewer, 2013). Individu dengan *internal employability* yang tinggi secara aktif terlibat dalam jaringan untuk memanfaatkan peluang untuk kemajuan karier (Bagshaw, 1997). Selain itu, individu dengan *internal employability* yang rendah mungkin kesulitan memahami pengalaman kerja mereka sebelumnya dan tidak memiliki kemampuan untuk mengembangkan kompetensi yang berguna untuk pertumbuhan karier (Lotko dkk., 2016). *Internal employability* yang rendah dikaitkan dengan penurunan kepuasan kerja, karena individu mungkin merasa

kurang dihargai atau tidak aman dalam peran mereka (Sanchez-Manjvacas dkk., 2020).

Individu dengan *external employability* yang tinggi dinilai memiliki kompetensi yang dibutuhkan pasar tenaga kerja yang lebih luas, bukan hanya dalam organisasi saat ini (De Cuyper & De Witte, 2011). Dengan *external employability* yang tinggi, individu secara aktif mengembangkan keterampilan dan meningkatkan daya saing melalui pelatihan dan pengalaman kerja yang relevan, sehingga tetap dipandang sebagai kandidat yang berharga (Sullivan & Baruch, 2009). Selain itu, *external employability* yang rendah dapat menghambat pertumbuhan karier dan mengarah pada ketidakpuasan kerja (Akkermans & Tims, 2016). Individu dengan *external employability* yang rendah mengalami penurunan rasa percaya diri dan ketidakpastian akan pekerjaannya dapat meningkatkan kecemasan yang kerap dengan rasa tidak puas terhadap pekerjaan dan keinginan untuk keluar dari pekerjaan mereka saat ini (Hirschi, 2012).

Berdasarkan penelitian Nasa dkk. (2022), sebanyak 66,8% responden dari Generasi Z menunjukkan kategori *self-perceived employability* yang tinggi, sementara 31,6% berada pada kategori sedang. Data tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas Generasi Z di Indonesia percaya bahwa mereka memiliki keterampilan yang memadai untuk memperoleh dan mempertahankan pekerjaan yang diinginkan (Nasa dkk., 2022). Hal ini mencerminkan bahwa mayoritas Generasi Z di Indonesia meyakini kemampuan mereka cukup untuk

memperoleh pekerjaan yang diinginkan sekaligus mempertahankannya (Nasa dkk., 2022).

Individu dengan *self-perceived employability* yang tinggi memiliki karakteristik identitas karier yang kuat, dapat menghadapi berbagai perubahan situasi dan mampu membangun jaringan sosial (Lestari & Kusumaputri, 2017). Sementara itu, individu yang memiliki *self-perceived employability* tinggi akan terus mengevaluasi dirinya agar memiliki keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan dalam dunia kerja, belajar dan mengambil makna dari peristiwa yang terjadi sehingga dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki, dan menganggap bahwa bekerja merupakan kesempatan untuk mengaktualisasikan diri (Lestari & Kusumaputri, 2017). Persepsi diri yang positif mengarah pada perilaku mencari kerja yang proaktif, seperti pengembangan keterampilan dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan teknologi (Noviati dkk., 2024). Menurut Hakim (2019) individu yang mempunyai tingkat *self-perceived employability* yang tinggi cenderung memiliki rasa percaya diri yang kuat dalam bersaing di pasar tenaga kerja demi memperoleh pekerjaan yang diinginkan. *Self-perceived employability* penting bagi individu karena dengan adanya hal tersebut individu akan mempunyai pemahaman yang jelas terkait dirinya sendiri mengenai atribut, kemampuan, dan pengalaman yang digunakan individu dalam melihat peluang karier yang tersedia (Jackson & Wilton, 2016).

Penelitian sebelumnya dilakukan terhadap mahasiswa Generasi Z yang belum bekerja. Namun dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada Generasi Z yang sudah bekerja, sehingga peneliti berasumsi bahwa terdapat perbedaan

sudut pandang atau persepsi. Dengan kondisi perusahaan *start-up* yang tidak stabil, karyawan perlu untuk melihat dirinya dapat bertahan dalam perusahaan tersebut atau mendapatkan pekerjaan baru. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti fenomena tersebut dengan judul: "Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up*".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah pada penelitian ini adalah seperti apa gambaran *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperkaya sumber kepustakaan khususnya psikologi industri dan organisasi sehingga hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian-penelitian seterusnya mengenai *self-perceived employability*.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Generasi Z, penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mempersiapkan diri untuk menghadapi ketidakstabilan yang ada dalam perusahaan *start-up*.

b. Bagi perusahaan *start-up*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada perusahaan *start-up* terkait *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Self-Perceived Employability

2.1.1. Definisi *Self-Perceived Employability*

Employability adalah konstruksi psikososial yang mewujudkan karakteristik individu yang mendorong kognisi adaptif, perilaku, dan emosi dalam meningkatkan tingkat kerja individu (Fugate dkk., 2004). Fugate dkk. (2004) juga menyampaikan bahwa *employability* dikonseptualisasikan sebagai bentuk adaptasi aktif khusus pekerjaan yang memungkinkan pekerja untuk mengidentifikasi dan mewujudkan peluang karier. McQuaid dan Lindsay (2005) menyatakan bahwa konsep *employability* terus digunakan secara luas dalam berbagai konteks, baik bagi individu yang telah bekerja maupun mereka yang sedang mencari pekerjaan. Konsep *employability* secara umum berkaitan dengan betapa mudahnya seseorang mendapatkan pekerjaan baru (Berntson & Marklund, 2007).

Rothwell dkk. (2008), menyampaikan bahwa *employability* dapat dilihat dari perspektif individu yang disebut dengan *self-perceived employability*. *Self-perceived employability* adalah persepsi terhadap kemampuan untuk mempertahankan pekerjaan yang dimilikinya atau mendapatkan pekerjaan yang diinginkan (Rothwell & Arnold, 2007). Selain itu, Clarke (2008) menyampaikan bahwa *self-perceived employability* adalah kemampuan individu yang menyangkut keterampilan, sikap, dan perilaku yang dianggap proses pada masa

kini ataupun hasil pada masa depan yang berhubungan dengan bagaimana individu merefleksikan posisinya dalam dunia kerja. Vanhercke dkk. (2014) mendefinisikan *self-perceived employability* sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mendapatkan serta mempertahankan pekerjaan.

Merujuk pada berbagai definisi yang telah diuraikan, self-perceived employability dapat disimpulkan sebagai persepsi seseorang terhadap kemampuannya memperoleh atau mempertahankan pekerjaan yang diinginkan, yang didasari oleh keterampilan, sikap, dan perilaku adaptif sebagai refleksi atas posisi dirinya dalam dunia kerja dan kapasitasnya dalam merespons peluang karier.

2.1.2. Dimensi *Self-Perceived Employability*

Rothwell dan Arnold (2007) menyampaikan bahwa diperlukan untuk menilik *self-perceived employability* dari 4 sisi yang berbeda, yaitu *internal labour markets* dan *external labour markets* serta *personal attributes* dan *occupational attributes*. Berdasarkan hal itu, Rothwell dan Arnold (2007) membagi menjadi 2 dimensi, yaitu:

1. *Internal Employability*

   Internal employability adalah persepsi individu terhadap kemampuan dan kompetensinya dalam pekerjaan saat ini.

   a. *Self-valuation In Current Organization*

      Nilai yang dirasakan sendiri oleh individu tentang kegunaan mereka bagi organisasi tempat mereka bekerja. Ini adalah nilai yang

mereka yakini diberikan oleh organisasi kepada mereka sebagai individu.

b. *Perceived Value of Occupation in Current Organization*

Bagaimana organisasi menilai pekerjaan atau kelompok pekerjaan mereka di pasar tenaga kerja internal.

2. *External Employability*

External employability adalah persepsi individu terhadap kemampuan dan kompetensinya dalam mendapatkan pekerjaan lain.

a. *Self-valuation Outside Current Organization*

Persepsi individu terhadap nilai mereka yang lebih didasarkan pada keterampilan pribadi mereka daripada fitur pekerjaan mereka di pasar tenaga kerja eksternal.

b. *Perceived Value of Occupation Outside Current Organization*

Persepsi penilaian pasar tenaga kerja eksternal terhadap orang-orang dengan pengalaman kerja individu.

2.1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Self-Perceived Employability*

Menurut Putra dan Handoyo (2018) terdapat 4 faktor yang dapat mempengaruhi *self-perceived employability*, yaitu:

1. Pengetahuan dan Keahlian

Pengetahuan dan keahlian adalah modal dasar yang dimiliki oleh individu agar mendapatkan pekerjaan yang sesuai. Individu dengan tingkat pengetahuan yang lebih tinggi cenderung lebih memiliki kesempatan untuk bekerja. Selain itu, keahlian dan penguasaan

informasi yang sesuai dengan pekerjaan juga merupakan hal yang perlu diperhatikan dan dipelajari oleh individu agar mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan kualifikasinya.

2. *Social Capital*

Social capital adalah kemampuan individu dalam menjalin relasi sosial dan dapat bermanfaat ketika menjadi anggota suatu jaringan sosial atau struktur sosial yang dapat mendukung individu dalam mendapatkan pekerjaan.

3. Sikap

Sikap adaptif dengan lingkungan dan fleksibel harus diperhatikan saat individu akan memasuki dunia kerja. Individu harus mengubah sikapnya menjadi lebih baik agar individu tersebut dapat dengan mudah menghadapi kehidupan dunia kerja yang bersifat dinamis.

4. Usia dan *Gender*

Individu yang berusia lebih tua akan lebih susah untuk mendapatkan pekerjaan dibandingkan individu yang berusia lebih muda. Selain itu, laki-laki dianggap menjadi pilihan yang lebih baik dalam pasar tenaga kerja dan lebih dibutuhkan, sehingga mereka lebih mudah mendapatkan pekerjaan.

2.2. Karyawan Generasi Z

Generasi Z ialah sekumpulan individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 (Francis & Hoefel, 2018). Generasi Z sebagai generasi paling muda yang akan memasuki dunia kerja, memiliki keunikan potensi yang

esensial dalam peningkatan organisasi (Sakitri, 2021). Generasi Z tumbuh bersama teknologi, menjadikannya mahir dalam menavigasi perangkat dan *platform* digital, yang mempengaruhi preferensi kerja dan gaya kolaborasi (Lazar dkk., 2023). Generasi ini mencari pekerjaan yang memberikan tujuan dan sejalan dengan nilai-nilai mereka, yang mempengaruhi tingkat loyalitas dan keterlibatan mereka (Juniartika dkk., 2023).

Karyawan Generasi Z memprioritaskan keamanan kerja, peluang untuk berkembang, dan lingkungan kerja yang positif, sering kali lebih menyukai pengusaha yang menekankan keberagaman dan inklusi (Kulkarni & Rai, 2023). Generasi Z di dunia kerja menunjukkan tingkat kemampuan adaptasi yang tinggi, yang dapat memungkinkan mereka untuk menavigasi perubahan dan situasi baru secara efektif (Putri, 2024). Namun, karyawan Generasi Z sering kali menunjukkan *soft skills* yang rendah, seperti kerja sama tim dan komunikasi, yang mana penting untuk lingkungan kerja yang kolaboratif (Mazurek, 2019). Generasi Z juga dikenal memiliki ekspektasi terhadap penghargaan dan pengakuan langsung atas kontribusi yang mereka berikan (Kulkarni & Rai, 2023).

2.3. Perusahaan *Start-up*

Menurut Salamzadeh & Kesim (2015) perusahaan *start-up* merupakan sebuah perusahaan baru atau bisa disebut perusahaan rintisan yang sedang dalam proses bertumbuh dan bertahan. Perusahaan *start-up* adalah perusahaan baru yang didirikan dengan tujuan utama mengembangkan model bisnis yang dapat diulang dan diskalakan untuk memenuhi kebutuhan atau memecahkan masalah di pasar,

biasanya melalui produk atau layanan inovatif (Piteková & Vrábliková, 2019). *Start-up* sering kali berfokus pada pemanfaatan teknologi baru dan internet, serta memiliki potensi pertumbuhan yang sangat cepat (Fauziah dkk., 2022). Tujuan dari bisnis perusahaan *start-up* adalah untuk menyesuaikan jasa atau produk yang diberikan untuk pasar (Soekanto & Mustikarini, 2017). Perusahaan *start-up* berada pada sektor yang beragam diantaranya *e-commerce*, *education-tech*, *financial-tech*, *e-sport*, *tourism* & *travel*, *big data*, dan lain-lain. Menurut Adawiyah (2021) terdapat 6 level perusahaan *start-up*, yaitu:

1. *Cockroach*

   Perusahaan *start-up* yang masih kecil atau baru saja dirintis dengan nilai valuasi kurang dari 10 juta US$.

2. *Pony*

   Perusahaan *start-up* yang masih baru dan sedang berkembang serta memiliki nilai valuasi 10 juta hingga 100 juta US$.

3. *Centaur*

   Perusahaan *start-up* yang sudah memiliki tingkat usaha sedang dan aktif dalam perkembangannya. Memiliki nilai valuasi 100 juta hingga 1 miliar US$.

4. *Unicorn*

   Perusahaan *start-up* yang sudah cukup besar dengan nilai valuasi 1 miliar hingga 10 miliar US$. Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan *start-up* yang sudah mencapai level Unicorn, yaitu Tokopedia, Traveloka, Bukalapak, dan lain-lain.

5. *Decacorn*

   Perusahaan *start-up* dengan nilai valuasi lebih dari 10 miliar US$. Di Indonesia hanya terdapat Gojek yang mencapai level ini.

6. *Hectocorn*

   Perusahaan *start-up* dengan nilai valuasi lebih dari 100 miliar US$.

2.4. Kerangka Pemikiran

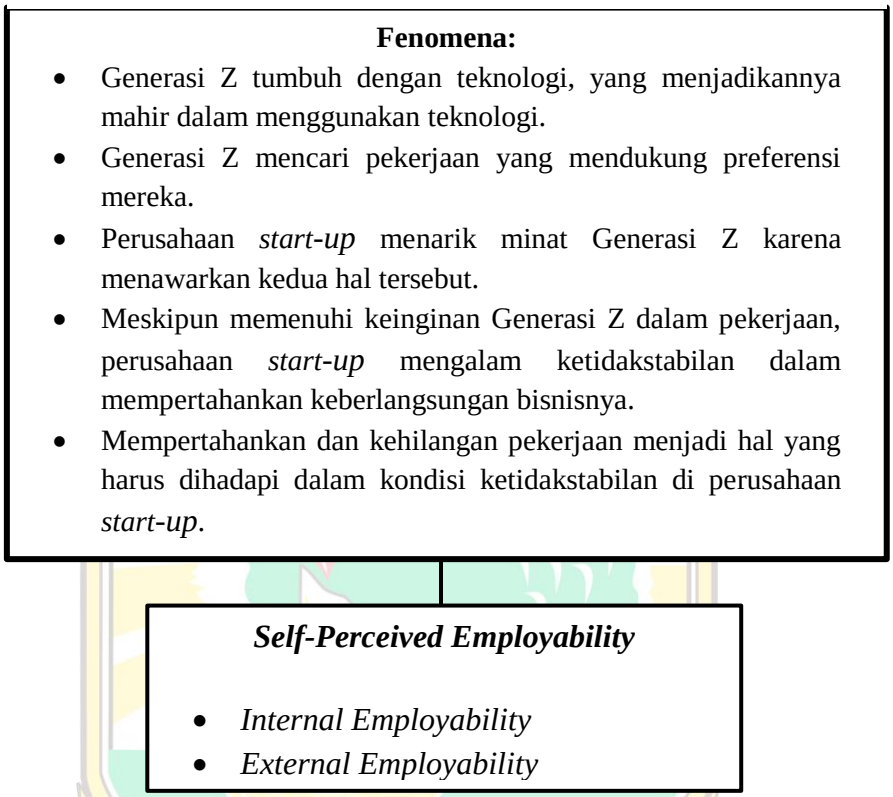
Generasi Z, generasi yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010, merupakan kelompok yang tumbuh di era teknologi digital, memberikan mereka kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap teknologi dan preferensi yang unik dalam memilih lingkungan kerja (Francis & Hoefel, 2018; Schroth, 2019). Berdasarkan data BPS (2020), sebanyak 71,5 juta jiwa Generasi Z di Indonesia mencerminkan populasi yang signifikan di dunia kerja. Mereka cenderung tertarik pada perusahaan yang mendukung fleksibilitas, work-life balance, dan pengembangan karier, dengan fokus pada teknologi yang meningkatkan produktivitas (Prayoga & Lajira, 2022; Supia dkk., 2023). Perusahaan start-*up*, dengan karakteristik inovatif, kolaboratif, dan struktur organisasi yang datar, menarik perhatian Generasi Z yang menyukai kebebasan dan lingkungan kerja yang dinamis (Akbar, 2022; Kostoeva, 2023).

Namun, di balik daya tariknya, perusahaan start-*up* sering menghadapi tantangan ketidakstabilan yang memengaruhi keamanan kerja. Perusahaan *start-up* yang berada pada tahap awal siklus bisnis cenderung mengalami perubahan model bisnis yang signifikan, risiko finansial, dan ketidakpastian pasar, yang sering kali mengarah pada potensi PHK (Fauziah dkk., 2022; Palekar dkk., 2022).

Ketidakstabilan ini dapat memengaruhi karyawan, termasuk Generasi Z, dalam hal kepuasan kerja, rasa aman, dan kepercayaan terhadap masa depan karier mereka (Fackler dkk., 2021). Situasi ini menuntut karyawan untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi serta strategi untuk mengelola ketidakpastian dalam pekerjaan.

Self-perceived employability dapat menjadi salah satu faktor kunci bagi Generasi Z untuk menghadapi tantangan ketidakstabilan di perusahaan *start-up*. Persepsi ini mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mendapatkan pekerjaan baru atau mempertahankan pekerjaan yang ada (Rothwell & Arnold, 2007). Individu dengan *self-perceived employability* yang tinggi cenderung memiliki rasa percaya diri dalam bersaing di pasar kerja, mampu mengembangkan keterampilan, dan bersikap proaktif dalam menghadapi perubahan teknologi serta dinamika pekerjaan (Noviati dkk., 2024; Hakim, 2019). Dalam konteks *start-up*, *self-perceived employability* menjadi penting untuk menjaga motivasi, keterlibatan, dan kemampuan karyawan dalam mengelola risiko serta memanfaatkan peluang karier yang tersedia (Lestari & Kusumaputri, 2017). Oleh karena itu, peneliti berpendapat bahwa karyawan Generasi Z dengan kategori *self-perceived employability* yang tinggi cenderung mampu mengelola jalur karier mereka di tengah persaingan dunia kerja yang dinamis.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang memiliki data penelitian berupa angka lalu dianalisis menggunakan statistik (Cresswell, 2010). Menurut Azwar (2017) metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang fokusnya pada data berbentuk angka yang kemudian diolah dengan analisis statistika. Creswell (2010) menambahkan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang dijalankan dengan proses mengumpulkan data, menganalisa data, menginterpretasi, serta menuliskan hasil penelitian.

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Arikunto (2006) menyampaikan bahwa penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian yang bertujuan membuat deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data dan menampilkan hasilnya. Analisis deskriptif digunakan karena sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yakni untuk melihat gambaran dari *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up*.

3.1. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan segala bentuk simbol yang memiliki nilai variasi dan dapat berbeda-beda pada subjek penelitian (Azwar, 2017). Variabel dalam penelitian ini adalah *self-perceived employability*.

3.2. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian

3.2.1. Definisi Konseptual *Self-Perceived Employability*

Menurut Rothwell dan Arnold (2007) *self-perceived employability* adalah persepsi terhadap kemampuan untuk mempertahankan pekerjaan yang dimilikinya atau mendapatkan pekerjaan yang diinginkan.

3.2.2. Definisi Operasional *Self-Perceived Employability*

Self-perceived employability adalah persepsi karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up* mengenai kemampuan yang dimilikinya dalam mempertahankan pekerjaan saat ini atau mendapatkan pekerjaan yang diinginkan. *Self-perceived employability* dapat diukur dengan *Self-Perceived Employability Scale* yang dikembangkan oleh Rothwell dan Arnold (2007) yang mengukur dimensi-dimensi *self-perceived employability*, yaitu *internal employability* dan *external employability*. Semakin tinggi skor yang diperoleh dimensi *internal employability* maka semakin tinggi tingkat *internal employability* dan semakin tinggi skor yang diperoleh dimensi *external employability* maka semakin tinggi tingkat *external employability*.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan semua individu yang akan diteliti dan akan mengalami generalisasi (Winarsunu, 2002). Populasi pada penelitian ini adalah pada karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up*.

3.3.2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian individu yang dijadikan wakil dalam pengambilan data penelitian (Winarsunu, 2002). Sampel dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang saat ini sedang bekerja dalam perusahaan *start-up*. Terdapat beberapa karakteristik dari sampel penelitian ini, yaitu:

a. Karyawan Tetap Perusahaan *Start-up*
b. Berusia 18-29 tahun
c. Sedang bekerja minimal selama 3 bulan

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah sebuah teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi seluruh populasi (Lemeshow, 1997). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *voluntary sampling*. *Voluntary sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan mendistribusikan kuesioner yang digunakan untuk mengukur kepada populasi yang memenuhi kriteria subjek penelitian dan memberikan waktu kepada calon subjek penelitian untuk memutuskan keikutsertaannya dalam penelitian

(Murairwa, 2015). Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui jumlah pastinya, sehingga untuk menentukan sampel dapat menggunakan rumus Lemeshow (1997):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n: jumlah sampel yang dibutuhkan

z: nilai standar yang diperoleh dari kurva/tabel distribusi normal

p: peluang benar

q: 1-p

e: tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 x 0{,}2 x 0{,}8}{0{,}5^2}$$

$$n = 245{,}86$$

Berdasarkan perhitungan sampel menggunakan rumus Lemeshow, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 246 partisipan. Maka dari itu jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 246 sampel.

3.4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Indonesia secara *online* melalui penyebaran *google form* yang berisi kuesioner di media sosial sesuai dengan kriteria subjek yang telah ditentukan, yaitu karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up*.

3.5. Instrumen Penelitian

3.5.1. Alat Ukur *Self-Perceived Employability*

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur *self-perceived employability* berbentuk skala *Likert* yang disusun oleh Rothwell dan Arnold (2007) yang diadaptasi oleh peneliti. Alat ukur ini berdasarkan kepada adaptasi teori dan dimensi-dimensi *self-perceived employability* yang dikemukakan oleh Rothwell dan Arnold (2007) yang terdiri dari *internal employability* dan *external employability.* Total *item* dalam skala ini sebanyak 11 *item*, yang terdiri dari dimensi *internal employability* 4 *item* dan *external employability* 7 *item*.

Dalam penilaian setiap *item* ini terdiri atas 5 kategori jawaban dalam skala Likert dengan rentang jawaban Sangat Tidak Setuju (1) hingga Sangat Setuju (5). *Blueprint* alat ukur ini dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3. 1

Blueprint Skala Self-Perceived Employability

No	Dimensi	Aspek	Item	Jumlah
1	*Internal Employability*	*Self-valuation In Current Organization*	2, 3, 4	3
		Perceived Value of Occupation In Current Organization	9	1
2	*External Employability*	*Self-valuation Outside Current Organization*	5, 6, 8	3
		Perceived Value of Occupation Outside Current Organization	11, 13, 14, 15	4
Jumlah				**11**

Note. Merujuk pada artikel "Self-perceived employability: development and validation of a scale" oleh Rothwell, A., & Arnold, J., 2007, *Personnel Review*, *36*(1), 23–41.

3.5.2. Validitas

Validitas adalah sejauh mana sebuah konstruk penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (APA, 2014). Suatu alat ukur dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila menghasilkan gambaran variabel pengukuran yang sesuai dengan tujuan pengukuran secara akurat (Azwar, 2012). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas isi (*content validity*). Validitas isi digunakan untuk melihat kesesuaian *item* alat ukur dengan konstruk yang diukur (Supratiknya, 2014). Uji validitas isi pada penelitian ini melalui analisis rasional oleh *expert judgement* atau ahli yang kompeten di bidang penelitian ini terlebih dahulu (Azwar, 2012). Dengan demikian, validitas isi dilakukan oleh dua orang dosen Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Andalas yaitu Ibu Tri Rahayuningsih, S.Psi., M. A. dan Bapak Weno Pratama, S.Psi., MA.

3.5.3. Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi atau ketepatan sebuah konstruk pengukuran dalam memberikan hasil yang stabil atau konsisten (APA, 2014). Alat ukur dikatakan reliabel ketika mampu menghasilkan skor yang cermat dengan tingkat eror yang kecil, dan juga memiliki konsistensi yang seimbang terhadap hasil pengukuran (Azwar, 2012). Peneliti menggunakan teknik uji *Alpha Cronbach* yang dianalisis dengan *IBM SPSS Statistics 26 for Windows*. Suatu skala dikatakan memuaskan, jika memiliki nilai *Alpha Cronbach* $\geq$ 0,70 (Supratiknya, 2014).

3.5.4. Uji Daya Beda Item

Daya beda *item* adalah bagaimana sebuah *item* mampu membedakan individu yang memiliki dengan yang tidak memiliki ketentuan yang diukur (Azwar, 2012). Uji daya beda *item* dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antar distribusi skor *item* dengan distribusi skor skala tersebut dan nantinya akan menghasilkan koefisien korelasi *item* total. *Item* yang memiliki koefisien korelasi *item* minimal 0,30, maka dianggap memiliki daya beda *item* yang memuaskan dan layak digunakan (Azwar, 2015).

3.6. Hasil Uji Coba Alat Ukur

3.6.1. Skala *Self-Perceived Employability*

Skala *Self-Perceived Employability* diujicobakan kepada 60 karyawan dari berbagai perusahaan. Jumlah *item* yang diuji coba sebanyak 11 *item*. Uji coba ini dilakukan dengan memberikan skala berbentuk *google form* kepada para karyawan perusahaan. Pengolahan data menggunakan *SPSS 26 for Windows*. Berdasarkan hasil uji reliabilitas alat ukur, *item* dalam dimensi *internal employability* mendapatkan koefisien *alpha cronbach* sebesar 0,948 dan *item* dalam dimensi *external employability* mendapatkan koefisien *alpha cronbach* sebesar 0,973. Suatu skala dikatakan memuaskan, jika memiliki nilai *Alpha Cronbach* $\geq$ 0,70 (Supratiknya, 2014). Hasil ini menunjukkan bahwa skala *self-perceived employability* dianggap memuaskan dan memiliki reliabilitas tinggi dimana mendekati angka 1,00. Hasil koefisien uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 2

Koefisien Reliabilitas Skala Self-Perceived Employability

Dimensi	Cronbach's Alpha	N of Items
Internal Employability	.948	4
External Employability	.973	7

Setelah melakukan uji reliabilitas, tahap selanjutnya yaitu uji daya beda *item*. Menurut Azwar (2015) *item* yang memiliki koefisien korelasi *item* total minimal 0,30, maka dianggap memiliki daya beda *item* yang memuaskan dan layak digunakan. Berdasarkan hasil uji coba alat ukur *self-perceived employability*, *item* dalam dimensi *internal employability* mendapatkan koefisien korelasi *item* total sebesar 0,861-0,884 dan *item* dalam dimensi *external employability* mendapatkan koefisien korelasi *item* total sebesar 0,892-0,924. Dikarenakan seluruh *item* mendapatkan nilai $r_{ix} \geq 0{,}30$, maka dari itu seluruh *item* pada skala *self-perceived employability* dapat digunakan.

3.7. Prosedur Pelaksanaan Penelitian

3.7.1. Tahap Persiapan Penelitian

Tahap awal yang peneliti lakukan adalah dengan melakukan *brainstorming* untuk melihat fenomena permasalahan yang sedang terjadi dan menentukan sasaran populasi awal. Setelah menemukan fenomena yang tepat, peneliti kemudian kembali melakukan *brainstorming* sebelum menentukan variabel penelitian. Setelah mendapatkan variabel yang diteliti, yaitu *self-perceived employability*, peneliti mencari *grand theory* mengenai variabel tersebut. Peneliti kemudian mencari data-data pendukung terkait variabel penelitian tersebut sehingga peneliti tertarik untuk meneliti judul "Gambaran

Self-Perceived Employabilty pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up*" dan dirumuskan sebagai sebuah proposal.

Setelah proposal penelitian, peneliti mempersiapkan segala kebutuhan yang berkaitan dengan pelaksanaan, terutama pada alat ukur yang digunakan pada penelitian ini yaitu alat ukur *Self-Perceived Employability Scale* oleh Rothwell dan Arnold (2007) mengukur *self-perceived employability*. Alat ukur diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia yang melalui beberapa proses yaitu tahap penerjemahan, tahap sintesa, tahap review, dan tahap *try out*. Tahap-tahap tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap penerjemahan dilakukan pada hari Senin, 20 Januari 2025 untuk menerjemahkan alat ukur dari bahasa aslinya ke bahasa yang akan digunakan dalam penelitian yaitu Bahasa Indonesia. Pada tahap ini, peneliti melibatkan dua pihak lainnya untuk membantu proses penerjemahan yaitu seorang penerjemah tersumpah, Muhammad Arifin, untuk menjamin proses penerjemahan tidak menyimpang dari arti sesungguhnya dan seorang lulusan magister psikologi, Nabila Nur'amalina Lubis, S.Psi., M.Psi.T., untuk menjamin proses penerjemahan tidak menyimpang dari makna dari alat ukur psikologi tersebut.
2. Tahap sintesa dilakukan setelah tahap penerjemahan selesai dan kemudian didiskusikan kepada pembimbing pada hari Selasa, 22 Januari 2025. Lalu *expert judgement* dilakukan pada hari Kamis, 24 Januari 2025 bersama 2 orang dosen Program Studi Psikologi Fakultas

Kedokteran Universitas Andalas, yaitu Tri Rahayuningsih S.Psi., M.A dan Weno Pratama, S.Psi., M.A untuk mencari persamaan dan perbedaan yang kemudian diambil dari inti keduanya dan memilih kalimat yang memiliki kedekatan dengan pemahaman asli dari alat ukur. Hasil sintesa terjemahan yang telah didiskusikan bersama *expert judgement* kemudian dilaporkan kepada pembimbing pertama pada hari Rabu, 29 Januari 2025 dan kepada pembimbing kedua pada hari Jumat, 31 Januari 2025.

3. Tahap *back translate* dilakukan dengan cara terjemahan yang sudah ada diterjemahkan kembali ke bahasa asal untuk memastikan tidak ada perubahan makna.
4. Tahap uji coba atau *try out* dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur sudah diadaptasi dengan baik. Hal ini dapat dipastikan dengan melalui dua tahap yaitu:
   d. Uji keterbacaan yang dilakukan kepada 15 orang pada hari Sabtu, 1 Februari 2025 hingga Minggu, 2 Februari 2025 untuk memastikan penggunaan bahasa pada alat ukur dapat dipahami oleh orang lain.
   e. Uji coba dilakukan secara *online* pada hari Senin, 3 Februari 2025 hingga Minggu, 9 Februari 2025 kepada 60 responden. Setelah itu, pada hari Senin, 10 Februari 2025, peneliti melaporkan hasil uji coba untuk mendiskusikan apakah alat ukur memiliki reliabilitas, validitas, dan daya beda *item* yang baik. Ketika ketiga hal tersebut

sudah dipastikan memiliki hasil yang baik dan layak digunakan, maka alat ukur dapat digunakan dalam penelitian.

5. Tahap terakhir dilakukan pada hari Selasa, 11 Februari 2025 dengan mendiskusikan terkait data identitas dan demografis dari responden yang akan diminta dalam *google form*.

3.7.2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian akan dimulai dengan mengumpulkan data dari sampel penelitian menggunakan alat ukur yang ditetapkan dengan cara penyebaran *google form* melalui media sosial. Pada *google form* berisi keterangan penelitian, *informed consent*, identitas subjek, petunjuk pengisisan skala, serta alat ukur yang akan diisi oleh subjek penelitian. Pelaksanaan penelitian dilakukan selama 10 hari, dari hari Rabu, 12 Februari 2025 hingga hari Kamis, 13 Maret 2025 dengan melibatkan 246 orang sebagai subjek penelitian.

3.7.3. Tahap Pengolahan Data

Setelah jumlah data yang dibutuhkan sudah mencukupi, peneliti melalukan rekapitulasi dan merapikan data yang sudah dikumpulkan dengan bantuan aplikasi *Microsoft Excel 2010*. Selanjutnya peneliti melanjutkan ke proses pengolahan data menggunakan bantuan perangkat *IBM SPSS Statistics 26 for Windows*. Pengolahan data yang dilakukan berupa pengolahan skor secara statistik dan kemudian akan ditemukan hasilnya. Hasil penelitian kemudian akan dijelaskan secara deskriptif sehingga ditemukan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

3.8. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah cara dalam mengolah data dan menganalisa data untuk membuat kesimpulan penelitian. Metode analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan dilakukan dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 26 for Windows*.

3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Azwar (2017) tujuan dari analisis statistik deskriptif ini adalah untuk mendeskripsikan serta menggambarkan data variabel yang telah diperoleh berdasarkan subjek penelitian. Pada penelitian ini digunakan strata untuk membagi kelompok responden, yaitu tinggi, sedang, dan rendah untuk melihat tingkat masing-masing dimensi dari *self-perceived employability*.

Tabel 3. 3

Kategorisasi Internal Employability

Dimensi	Kategorisasi	Rentang Nilai
Internal Employability	Rendah	X < M – 1SD
	Sedang	M – 1SD ≤ X < M + 1SD
	Tinggi	M + 1SD ≤ X

Note. Merujuk pada "Penyusunan skala psikologi" oleh Azwar. S, 2021

Tabel 3. 4

Kategorisasi External Employability

Dimensi	Kategorisasi	Rentang Nilai
External Employability	Rendah	X < M – 1SD
	Sedang	M – 1SD ≤ X < M + 1SD
	Tinggi	M + 1SD ≤ X

Note. Merujuk pada "Penyusunan skala psikologi" oleh Azwar. S, 2021

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai data hasil penelitian serta pembahasan dari hasil penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, data yang telah diperoleh diolah dengan metode analisis statistik deskriptif menggunakan *IBM SPSS 26 for Windows*. Hasil pengolahan data penelitian menggambarkan *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up*.

4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

4.1.1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh, subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4. 1
Gambaran *Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin*

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	86	34.96%
Perempuan	160	65.04%
Total	**246**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.1, didapatkan bahwa subjek penelitian yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan subjek penelitian yang berjenis kelamin laki-laki. Dari data yang diperoleh, jenis kelamin perempuan berjumlah 160 orang (65,04%) dan laki-laki berjumlah 86 orang (34,96%).

4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang diperoleh, subjek penelitian berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4. 2
Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
19-21 (Remaja Akhir)	42	17.08%
22-29 (Dewasa Awal)	204	82.92%
Total	**246**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.2, didapatkan bahwa subjek penelitian dengan tingkat usia dewasa awal lebih banyak dibandingkan dengan tingkat usia remaja akhir. Dari data yang diperoleh, subjek dengan tingkat usia dewasa awal berjumlah 204 orang (82,92%), dan subjek dengan tingkat usia remaja akhir berjumlah 42 orang (17,08%).

4.1.3 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data yang diperoleh, subjek penelitian berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4. 3
Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMA/Sederajat	38	15.45%
Diploma	30	12.2%
Sarjana	165	67.07%
Magister	13	5.28%
Total	**246**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.3, didapatkan bahwa subjek penelitian yang tingkat pendidikan terakhir Sarjana lebih banyak dibandingkan dengan tingkat pendidikan lainnya. Dari data yang diperoleh, tingkat pendidikan terakhir Sarjana berjumlah 165 orang (67,07%), tingkat pendidikan terakhir SMA/Sederajat berjumlah 38 orang (15,45%), tingkat pendidikan terakhir Diploma berjumlah 30 orang (12,2%), dan tingkat pendidikan terakhir Magister berjumlah 13 orang (5,28%).

4.1.4 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Keikutsertaan Pelatihan

Menurut Kaswan (2016) pelatihan adalah proses meningkatkan pengetahuan dan keterampilan individu. Berdasarkan data yang diperoleh, subjek penelitian berdasarkan keikutsertaan dalam pelatihan dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4. 4
Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Keikutsertaan Pelatihan

Keikutsertaan	Frekuensi	Persentase
Pernah mengikuti pelatihan	200	81.3%
Belum mengikuti pelatihan	46	18.7%
Total	**246**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.4, didapatkan bahwa subjek penelitian yang pernah mengikuti pelatihan lebih banyak dibandingkan dengan subjek penelitian yang belum pernah mengikuti pelatihan. Dari data yang diperoleh, subjek yang pernah mengikuti pelatihan berjumlah 200 orang (81,3%) dan subjek yang belum pernah mengikuti pelatihan berjumlah 46 orang (18,7%).

4.1.5 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Posisi dalam Pekerjaan

Berdasarkan data yang diperoleh, subjek penelitian berdasarkan posisi dalam pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4. 5
Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Posisi dalam Pekerjaan

Posisi Jabatan	Frekuensi	Persentase
Staff	225	91.46%
Supervisor	13	5.28%
Manajer	8	3.26%
Total	**246**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.5, didapatkan bahwa subjek penelitian yang berada pada jabatan staff lebih banyak dibandingkan dengan subjek penelitian yang

berada pada jabatan lainnya. Dari data yang diperoleh, subjek yang berada pada jabatan staff berjumlah 225 orang (91,46%), subjek yang berada pada jabatan supervisor berjumlah 13 orang (5,28%), dan subjek yang berada pada jabatan manajer berjumlah 8 orang (3,26%).

4.1.6 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Masa Kerja di Perusahaan Saat Ini

Ditinjau berdasarkan lamanya masa kerja di perusahaan, hal ini terbagi ke dalam tiga fase utama. Fase pertama dikenal sebagai fase *onboarding*, yang berfokus pada proses internalisasi budaya organisasi. Proses ini biasanya memerlukan waktu antara 6 hingga 12 bulan agar dapat berjalan secara efektif (Fyock, 2012; Chillakuri, 2020). Selanjutnya, fase kedua adalah *enthusiasm in learning*, di mana karyawan mulai aktif mengembangkan keterampilan serta bersedia mengambil tanggung jawab yang lebih besar (Jaishi & Baruah, 2024). Setelah memasuki tahun ketiga, karyawan umumnya berada pada fase *expertising*, yaitu tahap di mana mereka telah menguasai pekerjaannya secara mendalam dan mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap organisasi. Tahap ini juga sering kali mencerminkan tingkat loyalitas serta keterlibatan jangka panjang seorang karyawan (Becker & Huselid, 1998; Jaishi & Baruah, 2024). Berdasarkan data yang diperoleh, subjek penelitian berdasarkan lama masa kerja dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4. 6
Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Masa Kerja di Perusahaan Saat Ini

Lama Masa Kerja	Frekuensi	Persentase
6 bulan-1 tahun	123	50%
1 tahun-3 tahun	99	40.24%
> 3 tahun	24	9.76%
Total	**246**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.6, didapatkan bahwa subjek penelitian dengan masa kerja 6 bulan-1 tahun lebih banyak dibandingkan dengan subjek penelitian dengan masa kerja lainnya. Dari data yang diperoleh, subjek penelitian dengan masa kerja 6 bulan-1 tahun berjumlah 123 orang (50%), subjek dengan masa kerja 1 tahun-3 tahun berjumlah 99 orang (40,24%), dan subjek dengan masa kerja di atas 3 tahun berjumlah 24 orang (9,76%).

4.1.7 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Peluang Pengembangan Diri pada Perusahaan Saat Ini

Berdasarkan data yang diperoleh, subjek penelitian berdasarkan peluang pengembangan diri pada perusahaan saat ini dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4. 7
Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Peluang Pengembangan Diri pada Perusahaan Saat Ini

Ketersediaan	Frekuensi	Persentase
Tersedia	213	86.59%
Tidak tersedia	33	13.41%
Total	**246**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.8, didapatkan bahwa subjek penelitian yang dalam perusahaan saat ini tersedia peluang pengembangan diri lebih banyak dibandingkan dengan subjek penelitian yang tidak tersedia peluang pengembangan diri dalam perusahaan saat ini. Dari data yang diperoleh, subjek

penelitian yang dalam perusahaan saat ini terdapat peluang pengembangan diri 213 orang (86,59%) dan subjek penelitian yang tidak terdapat peluang pengembangan diri dalam perusahaan saat ini berjumlah 33 orang (13,41%).

4.1.8 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Keinginan Pindah Pekerjaan

Berdasarkan data yang diperoleh, subjek penelitian berdasarkan keinginan pindah pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4. 8
Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Keinginan Pindah Pekerjaan

Keinginan Pindah Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Ingin Pindah	82	33.33%
Tidak Ingin Pindah	164	66.67%
Total	**246**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.9, didapatkan bahwa subjek penelitian yang ingin pindah pekerjaan lebih banyak dibandingkan dengan subjek penelitian yang tidak ingin pindah pekerjaan. Dari data yang diperoleh, subjek penelitian yang ingin pindah pekerjaan berjumlah 82 orang (33,33%) dan subjek penelitian yang tidak ingin pindah pekerjaan berjumlah 164 orang (66,67%).

4.2. Hasil Utama Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up*. Berdasarkan tujuan tersebut, peneliti melakukan analisis data menggunakan teknik statistik deskriptif.

4.2.1 Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* Berdasarkan Dimensi *Internal Employability*

Gambaran *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up* berdasarkan dimensi *internal employability* dapat dilihat melalui kategorisasi dengan menggunakan skor hipotetik dan empirik, adapun deskripsi skor hipotetik dan empirik dari *internal employability* subjek penelitian dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4. 9
Deskripsi Skor Hipotetik dan Empirik Dimensi Internal Employability

Dimensi	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Internal Employability	4	20	12	2.6	6	20	15.46	2.696

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dilihat berdasarkan skor hipotetik diperoleh nilai terendah sebesar 4, nilai tertinggi sebesar 20, *mean* sebesar 12, dan standar deviasi sebesar 2.6. Sedangkan berdasarkan skor empirik diperoleh nilai terendah sebesar 6, nilai tertinggi sebesar 20, *mean* sebesar 15,46, dan standar deviasi sebesar 2,696. Jika dibandingkan antara *mean* empirik dan hipotetik, terlihat bahwa *mean* empirik lebih tinggi dibandingkan dengan *mean* hipotetiknya. Hal ini menandakan bahwa *internal employability* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up* lebih tinggi dibandingkan *mean* skor populasi pada umumnya. Kategorisasi *self-perceived employability* berdasarkan dimensi *internal employability* pada penelitian ini didapatkan berdasarkan skor hipotetik menggunakan nilai *mean* dan standar deviasi.

Tabel 4. 10
Kategorisasi Internal Employability

Kategorisasi	Rumus	Rentang Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	X < M – 1SD	X < 9.4	9	3.7%
Sedang	M – 1SD ≤ X < M + 1SD	9.4 ≤ X < 14.6	72	29.3%
Tinggi	M + 1SD ≤ X	14.6 ≤ X	165	67%
Total			**246**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dilihat bahwa jumlah subjek penelitian sebanyak 246 orang, diantaranya 9 orang subjek (3,7%) memiliki tingkat *internal employability* yang rendah, 72 orang subjek (29,3%) memiliki tingkat *internal employability* yang sedang, dan 165 orang subjek (67%) memiliki tingkat *internal employability* yang tinggi. Dari hasil kategorisasi yang didapatkan, dapat diketahui bahwa *internal employability* karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up* berada pada kategori tinggi.

4.2.2 Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* Berdasarkan Dimensi *External Employability*

Gambaran *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up* berdasarkan dimensi *external employability* dapat dilihat melalui kategorisasi dengan menggunakan skor hipotetik dan empirik, adapun deskripsi skor hipotetik dan empirik dari *external employability* subjek penelitian dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4. 11
Deskripsi Skor Hipotetik dan Empirik Dimensi External Employability

Dimensi	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Internal Employability	7	35	21	4.6	14	35	27.52	4.58

Berdasarkan tabel 4.11, dapat dilihat berdasarkan skor hipotetik diperoleh nilai terendah sebesar 7, nilai tertinggi sebesar 35, *mean* sebesar 21, dan standar deviasi sebesar 0,67. Sedangkan berdasarkan skor empirik diperoleh nilai terendah sebesar 14, nilai tertinggi sebesar 35, *mean* sebesar 27,52, dan standar deviasi sebesar 4,58. Jika dibandingkan antara *mean* empirik dan hipotetik, terlihat bahwa *mean* empirik lebih tinggi dibandingkan dengan *mean* hipotetiknya. Hal ini menandakan bahwa *external employability* karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up* lebih tinggi dibandingkan *mean* skor populasi pada umumnya. Kategorisasi *self-perceived employability* berdasarkan dimensi *external employability* pada penelitian ini didapatkan berdasarkan skor hipotetik menggunakan nilai *mean* dan standar deviasi.

Tabel 4. 12
Kategorisasi External Employability

Kategorisasi	Rumus	Rentang Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < M - 1SD$	$X < 16.4$	4	1.6%
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	$16.4 \leq X < 25.6$	70	28.5%
Tinggi	$M + 1SD \leq X$	$25.6 \leq X$	172	69.9%
	Total		**246**	**100%**

Berdasarkan tabel 4.12, dapat dilihat bahwa jumlah subjek penelitian sebanyak 246 orang, diantaranya 4 orang subjek (1,6%) memiliki tingkat *external employability* yang rendah, 70 orang subjek (28,5%) memiliki tingkat *external employability* yang sedang, dan 172 orang subjek (69,9%) memiliki tingkat *external employability* yang tinggi. Dari hasil kategorisasi yang didapatkan, dapat diketahui bahwa *external employability* karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up* berada pada kategori tinggi.

4.3. Hasil Penelitian Tambahan

Hasil tambahan diperoleh dari melakukan perbandingan nilai *mean* pada masing-masing variabel berdasarkan kelompok demografis. Hasil tambahan didapatkan melalui hasil uji I*ndependent Sample T-test* untuk membandingkan dua kelompok dan *One-Way Anova* untuk kelompok demografi yang lebih dari dua kelompok. Untuk melihat ada atau tidak perbedaan *self-perceived employability* yang signifikan pada tiap kelompok demogafis maka dilihat dengan membandingkan nilai signifikansi yang telah diperoleh. Jika nilai signifikansi yang diperoleh > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan *self-perceived employability* dari masing-masing kelompok demografis. Sebaliknya, jika nilai signifikansi yang diperoleh < 0,05, maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan *self-perceived employability* dari masing-masing kelompok demografis.

4.3.1 Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Gambaran *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* ditinjau berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.13 dan tabel 4.14.

Tabel 4. 13
Gambaran Internal Employability Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Mean	.Sig (p)	Keterangan
SMA/Sederajat	15.82	.002	Terdapat perbedaan yang signifikan
Diploma	15.90		
Sarjana	15.12		
Magister	17.85		

Berdasarkan tabel 4.13, dapat dilihat bahwa *internal employability* karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* dengan pendidikan terakhir Magister memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat pendidikan terakhir lainnya. Ditemukan bahwa subjek dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat memiliki nilai *mean* sebesar 15,82, pendidikan terakhir Diploma memiliki nilai *mean* sebesar 15,90, pendidikan terakhir Sarjana memiliki nilai *mean* sebesar 15,12, dan pendidikan terakhir Magister memiliki nilai *mean* sebesar 17,85. Selain itu, berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,002 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada *internal employability* yang ditinjau berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dikarenakan nilai signifikansi < 0,05.

Tabel 4. 14
Gambaran External Employability Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Mean	.Sig (p)	Keterangan
SMA/Sederajat	28.79	.033	Terdapat perbedaan yang signifikan
Diploma	27.60		
Sarjana	27.02		
Magister	30.00		

Berdasarkan tabel 4.14, dapat dilihat bahwa *external employability* karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* dengan pendidikan terakhir Magister memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat pendidikan terakhir lainnya. Ditemukan bahwa subjek dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat memiliki nilai *mean* sebesar 28,79, pendidikan terakhir Diploma memiliki nilai *mean* sebesar 27,60, pendidikan terakhir Sarjana memiliki nilai *mean* sebesar 27,02, dan pendidikan terakhir Magister memiliki nilai *mean*

sebesar 30,00. Selain itu, berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,033 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada *external employability* yang ditinjau berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dikarenakan nilai signifikansi < 0,05.

4.3.2 Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* Berdasarkan Keikutsertaan Pelatihan

Gambaran *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* ditinjau berdasarkan keikutsertaan dalam pelatihan dapat dilihat pada tabel 4.15 dan tabel 4.16.

Tabel 4. 15
Gambaran Internal Employability Berdasarkan Keikutsertaan Pelatihan

Keikutsertaan	Mean	.Sig (p)	Keterangan
Pernah mengikuti	15.84	.000	Terdapat perbedaan yang signifikan
Tidak pernah mengikuti	13.83		

Berdasarkan tabel 4.15, dapat dilihat bahwa *internal employability* karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* yang pernah mengikuti pelatihan memiliki nilai *mean* sebesar 15,84 dan yang tidak pernah mengikuti pelatihan sebesar 13,83. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *mean* karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* yang pernah mengikuti pelatihan lebih tinggi dibandingkan tidak pernah mengikuti pelatihan. Selain itu, berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada *internal employability* yang ditinjau berdasarkan keikutsertaan pelatihan dikarenakan nilai signifikansi < 0,05.

Tabel 4. 16
Gambaran External Employability Berdasarkan Keikutsertaan Pelatihan

Keikutsertaan	Mean	.Sig (p)	Keterangan
Pernah mengikuti	28.27	.000	Terdapat perbedaan yang signifikan
Tidak pernah mengikuti	24.28		

Berdasarkan tabel 4.16, dapat dilihat bahwa *external employability* karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* yang pernah mengikuti pelatihan memiliki nilai *mean* sebesar 28,27 dan yang tidak pernah mengikuti pelatihan sebesar 24,28. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *mean* karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* yang pernah mengikuti pelatihan lebih tinggi dibandingkan tidak pernah mengikuti pelatihan. Selain itu, berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada *external employability* yang ditinjau berdasarkan keikutsertaan pelatihan dikarenakan nilai signifikansi < 0,05.

4.3.3 Gambaran *Self-Perceived Employability* pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* Berdasarkan Keinginan Pindah Pekerjaan

Gambaran *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* ditinjau berdasarkan keinginan pindah pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.17 dan tabel 4.18.

Tabel 4. 17
Gambaran Internal Employbility Berdasarkan Keinginan Pindah Pekerjaan

Keinginan Pindah Pekerjaan	Mean	.Sig (p)	Keterangan
Ingin Pindah	14.39	.000	Terdapat perbedaan yang signifikan
Tidak Ingin Pindah	16.00		

Berdasarkan tabel 4.17, dapat dilihat bahwa *internal employability* karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* yang ingin pindah pekerjaan memiliki nilai *mean* sebesar 14,39 dan tidak ingin pindah pekerjaan sebesar 16,00. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *mean* karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* yang ingin pindah pekerjaan lebih tinggi dibandingkan tidak ingin pindah pekerjaan. Selain itu, berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada *internal employability* yang ditinjau berdasarkan keinginan pindah pekerjaan dikarenakan nilai signifikansi < 0,05.

Tabel 4. 18
Gambaran External Employbility Berdasarkan Keinginan Pindah Pekerjaan

Keinginan Pindah Pekerjaan	Mean	.Sig (p)	Keterangan
Ingin Pindah	27.23	.480	Tidak terdapat perbedaan yang signifikan
Tidak Ingin Pindah	27.67		

Berdasarkan tabel 4.18, dapat dilihat bahwa *external employability* karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* yang ingin pindah pekerjaan memiliki nilai *mean* sebesar 27,23 dan tidak ingin pindah pekerjaan sebesar 27,67. Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,408 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan pada *external employability* yang ditinjau berdasarkan keinginan pindah pekerjaan dikarenakan nilai signifikansi > 0,05.

4.4. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan sebagian besar karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* memiliki *internal employability* yang berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan menilai diri mereka

memiliki kemampuan dan kompetensi untuk mempertahankan pekerjaan dan berkembang dalam perusahaan yang sama (Hofaidhllaoui, 2013). Berdasarkan penelitian Forrier dkk. (2015) yang menunjukkan bahwa individu yang memiliki *internal employability* tinggi cenderung lebih percaya diri dan termotivasi untuk mencapai karier yang mereka inginkan. Selain itu, tingginya *internal employability* menunjukkan kemampuan individu dalam mengenali dan menyesuaikan diri terhadap tuntutan keterampilan dalam lingkungan kerja yang dinamis dan berbasis teknologi, sebagaimana umum ditemukan pada perusahaan *start-up* (Veldman dkk., 2017). Karaktetistik Generasi Z yang dikenal adaptif, *digital native*, serta berorientasi pada pengembangan diri sangat mendukung penguatan *internal employability* di lingkungan kerja yang fleksibel dan cepat berubah seperti perusahaan *start-up* di Indonesia (Hanifah, 2023; Setiawan dkk., 2023; Wulandari, 2025). Generasi ini juga cenderung proaktif dalam mengejar peluang belajar dan berkembang, yang pada akhirnya mendorong kesiapan mereka untuk bertahan dan berkontribusi (Hanifah, 2023; Wulandari, 2025).

Menurut Mitić (2020), individu dengan *internal employability* yang tinggi juga cenderung proaktif dalam memanfaatkan sumber daya pengembangan karier yang disediakan perusahaan, seperti pelatihan, mentoring, dan proyek lintas fungsi, yang selanjutnya memperkuat daya saing internal mereka. Dalam konteks perusahaan *start-up* yang memiliki struktur organisasi fleksibel dan ritme kerja yang cepat berubah, kemampuan untuk belajar secara berkelanjutan, beradaptasi dengan perubahan, dan menunjukkan kompetensi secara konsisten menjadi salah satu determinasi dalam mempertahankan relevansi pekerjaan (Lin, 2015). Dengan

demikian, *internal employability* yang tinggi pada karyawan Generasi Z menunjukkan bahwa mereka yakin dapat bertahan dan beradaptasi di lingkungan kerja saat ini, meskipun menghadapi berbagai tantangan dalam perusahaan.

Individu dengan tingkat *internal employability* yang tinggi umumnya menunjukkan kemampuan adaptif terhadap perubahan, keterampilan komunikasi yang baik, serta sikap proaktif dalam pengembangan diri (Baranchenko dkk., 2019). Mereka cenderung memiliki pandangan positif terhadap program pelatihan dan pengembangan karier, serta termotivasi secara intrinsik untuk terus meningkatkan kompetensi, sebagaimana ditunjukkan oleh temuan Joung dkk. (2018). Mereka juga cenderung lebih tahan terhadap tekanan pekerjaan, yang menjadi salah satu faktor determinan dalam kesuksesan bekerja di lingkungan *start-up* yang dinamis dan cepat berubah (Sahu dkk., 2017). Selain itu, individu dengan *internal employability* tinggi sering kali memiliki jaringan sosial yang luas di dalam perusahaan, yang berfungsi sebagai sarana pertukaran pengetahuan dan informasi penting guna menunjang kemajuan karier (Zhang dkk., 2021). Mereka juga umumnya memiliki kejelasan terhadap aspirasi profesional dan mampu merancang langkah-langkah strategis yang mendukung pencapaian tujuan karier jangka panjang (Lange dkk., 2021).

Pada perusahaan *start-up*, kemungkinan *internal employability* yang tinggi disebabkan lingkungan kerja yang mendukung inovasi, eksperimen, serta pembelajaran yang berkelanjutan (Lin, 2015). Perusahaan *start-up* memberikan ruang bagi karyawan untuk terlibat dalam beragam tugas lintas fungsi, yang mendorong pengembangan kreativitas, fleksibilitas, dan keterampilan (Saidin

dkk., 2023). Selain itu, penelitian oleh Nelissen dkk. (2016) menunjukkan bahwa dukungan organisasi terhadap pengembangan karyawan, seperti pelatihan dan *mentoring* dapat meningkatkan *internal employability*, yang mana karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up* banyak mendapatkan hal tersebut. Di sisi lain, budaya kerja yang kolaboratif dan lingkungan organisasi yang positif juga terbukti dapat meningkatkan keterlibatan dan komitmen karyawan, yang pada akhirnya memperkuat *internal employability* mereka (Chambel dkk., 2017).

Selanjutnya ditemukan bahwa sebagian besar karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* memiliki *external employability* yang berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan menilai diri mereka memiliki keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan untuk mendapatkan pekerjaan lain (Nimmi dkk., 2020). Hal ini selaras dengan temuan Presti dan Elia (2020), yang menyatakan bahwa *external employability* dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dalam menghadapi persaingan kerja lintas industri. Pengalaman kerja dan kemampuan untuk menampilkan kompetensi kerja merupakan faktor penting yang berkontribusi terhadap *external employability*, khususnya dalam konteks pasar tenaga kerja yang kompetitif (Chughtai, 2019; Saddiyah, 2022). Generasi Z terbiasa dengan teknologi dan memiliki akses luas terhadap informasi yang mendukung persepsi positif terhadap peluang kerja eksternal.

Meskipun demikian, menariknya dalam penelitian ini mayoritas karyawan masih berada pada tahap awal karier, yakni berposisi sebagai staf dengan masa kerja 6 bulan hingga 1 tahun dan merupakan pengalaman kerja pertama mereka. Kemungkinan hal ini dipengaruhi oleh *overestimation* terhadap kemampuan

mereka sehingga walaupun pengalaman mereka masih minim, mereka tetap merasa lebih siap untuk bersaing mendapatkan pekerjaan (Carter dkk., 2016; Clercq dkk., 2018).

Individu dengan *external employability* yang tinggi cenderung proaktif, responsif terhadap perubahan, serta keinginan untuk terus mengembangkan diri (Nimmi dkk., 2020; Chiu dkk., 2019). Mereka cenderung memiliki sikap fleksibel yang memotivasi mereka untuk mengeksplorasi berbagai kesempatan kerja dan membangun jaringan yang luas di luar tempat kerja mereka (Blais dkk., 2021). Hal ini diperkuat oleh temuan yang menunjukkan bahwa individu yang memiliki karier yang dikelola dengan baik, serta keterlibatan dalam pengembangan keterampilan, lebih mungkin untuk merasa siap menghadapi perubahan di pasar kerja (Palomo dkk., 2024). Dalam konteks ini, pengetahuan tentang industri saat ini dan keterampilan yang diharapkan semakin berperan penting dalam menciptakan *perceived employability* yang positif (Lin dkk., 2018). Terlebih lagi, kemampuan untuk berkolaborasi dan berkomunikasi dengan efisien dalam lingkungan yang dinamis, juga menjadi tanda bahwa individu tersebut memiliki keunggulan dalam *external employability* (Hollstein dkk., 2024).

Meskipun *external employability* merujuk pada persepsi individu terhadap peluang kerja di luar organisasi saat ini, dukungan internal seperti pelatihan, akses terhadap proyek lintas fungsi, serta lingkungan kerja yang inovatif dapat memperkuat keterampilan yang bersifat *transferrable* ke pasar kerja yang lebih luas (Poujol dkk., 2024). Di perusahaan *start-up*, suasana kerja yang fleksibel dan dinamis menciptakan ruang bagi karyawan untuk bereksperimen,

mengembangkan kemampuan lintas bidang, serta mengambil tanggung jawab lebih besar, yang secara langsung meningkatkan daya saing mereka di luar perusahaan. Selain itu, pendekatan proaktif yang ditunjukkan oleh Generasi Z dalam merencanakan karier, termasuk kesadaran terhadap tren industri dan keterampilan masa depan, turut menjadi determinan penting dalam penguatan *external employability*. Generasi Z yang *digital natives* memiliki kemampuan alami dalam memanfaatkan platform digital untuk membangun jejaring profesional dan mengakses peluang kerja eksternal (Benítez-Márquez dkk., 2022; Vermeeren & Van der Heijden, 2022). Dalam konteks ini, dukungan manajerial yang konkret seperti *coaching*, pelatihan eksternal, dan *feedback* berkala berperan signifikan dalam memfasilitasi pertumbuhan individu, memungkinkan mereka mengembangkan kompetensi yang relevan secara eksternal (Chiu dkk., 2019).

Hasil penelitian tambahan pada penelitian ini terkait *internal employability* dan *external employability* ditinjau berdasarkan pendidikan terakhir diperoleh nilai *mean* pada karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* dengan pendidikan terakhir Magister lebih tinggi dibanding pendidikan terakhir lainnya. Lulusan Magister memiliki *mean* tertinggi dalam kedua dimensi, yang dapat dijelaskan oleh struktur pendidikan pascasarjana yang lebih kompleks dan terintegrasi dengan pengembangan diri, seperti kemampuan analitis, regulasi emosi, *career self-management*, serta akses terhadap jaringan profesional yang luas (Indrawan & Batubara, 2024; Khairurahman & Wicaksono, 2017; Niu dkk., 2022). Gelar Magister juga dianggap sebagai indikator kredibilitas kompetensi di mata perekrut, sehingga meningkatkan posisi tawar dalam pasar kerja eksternal

(Romualdez dkk., 2020). Sebaliknya, lulusan Sarjana justru memiliki *mean* yang paling rendah pada kedua dimensi, yang kemungkinan dipengaruhi oleh kesenjangan antara kurikulum akademik dan tuntutan praktis di dunia kerja, termasuk dalam hal pengembangan *soft skills* dan adaptasi terhadap dinamika industri (Mourshed dkk., 2013; Niu dkk., 2022). Temuan ini turut mengindikasikan bahwa lulusan Sarjana masih berada dalam fase transisi dari dunia akademik menuju dunia profesional. Menariknya, lulusan SMA/Diploma cenderung memiliki *mean* lebih tinggi dibanding Sarjana, yang diduga karena pengalaman kerja praktis yang lebih awal dan kesesuaian keterampilan teknis dengan kebutuhan industri *start-up*, meskipun mereka memiliki keterbatasan dalam akses pelatihan karier jangka panjang (Crammond, 2024). Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara institusi pendidikan dan praktik industri untuk mengoptimalkan kesiapan kerja lintas jenjang pendidikan secara lebih menyeluruh (Pitan & Muller, 2020).

Hasil penelitian tambahan pada penelitian ini terkait *internal employability* dan *external employability* ditinjau berdasarkan keikutsertaan pelatihan diperoleh nilai *mean* pada karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* yang pernah mengikuti pelatihan lebih tinggi dibanding yang belum pernah mengikuti pelatihan sebelumnya. Pada *internal employability*, pelatihan yang efektif membantu individu memahami kebutuhan pasar kerja dan membangun keterampilan yang aplikatif, sehingga meningkatkan kesiapan dan kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan di tempat kerja (Nwakanma, 2024; Jacob & Pillay, 2023). Selain memperkuat kompetensi, pelatihan juga mendorong

terciptanya ikatan sosial dan perluasan jaringan profesional yang relevan (Wongnaa & Boachie, 2018), serta memperdalam pemahaman terhadap keterampilan yang dibutuhkan industri (Smith dkk., 2024; Jackson & Wilton, 2016). Sementara itu, dalam dimensi *external employability*, pelatihan berperan dalam pengembangan kecakapan sosial, peningkatan kepercayaan diri dalam pengambilan keputusan, serta pembentukan *self-efficacy* yang lebih tinggi, yang dapat mempengaruhi cara mereka menilai potensi kerja mereka (Yang & Zhang, 2022; Fogel & Lamash, 2021; Lintang dkk., 2024). Pelatihan juga mendorong ambisi karier dan perilaku proaktif dalam manajemen serta perencanaan karier, yang pada akhirnya meningkatkan peluang individu dalam menghadapi pasar kerja eksternal secara kompetitif (Dražić dkk., 2018; Ma & Bennett, 2021).

Hasil penelitian tambahan lainnya pada penelitian ini terkait *internal employability* ditinjau berdasarkan keinginan pindah pekerjaan diperoleh nilai *mean* pada karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* yang tidak ingin pindah pekerjaan lebih tinggi dibanding yang ingin pindah pekerjaan. Rasa keterlibatan yang tinggi dalam proyek juga berpengaruh pada loyalitas, di mana karyawan yang merasa bahwa kontribusinya dihargai cenderung bertahan di perusahaan (Ribeiro dkk., 2023). Selain itu, kondisi lingkungan kerja yang mendukung dan inovatif dalam *start-up* dapat mempengaruhi karyawan untuk merasa lebih bersemangat dan loyal terhadap perusahaan mereka (Mustaqim & Sary, 2022). Dalam hal ini, keterhubungan antara pengembangan keterampilan dan tingkat *employability* sangat penting, karena karyawan yang merasa dibekali dengan keterampilan yang relevan dan mendapatkan peluang belajar yang cukup tidak

merasa perlu untuk berpindah pekerjaan (Frare dkk., 2021). Dengan kata lain, perusahaan yang aktif dalam menciptakan peluang pengembangan bagi karyawan mereka juga berkontribusi pada pengurangan *turnover* dan peningkatan loyalitas karyawan mereka (Singh dkk., 2023).

UNIVERSITAS ANDALAS
KEDJAJAAN
UNTUK BANGSA

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up*, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat *internal employability* dan *external employability* pada karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas karyawan Generasi Z di Perusahaan *Start-up* yakin akan kemampuan yang dimilikinya dalam mempertahankan pekerjaan saat ini dan mendapatkan pekerjaan yang diinginkan di luar perusahaan saat ini.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Metodologis

1. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti mengenai *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z dapat meneliti karyawan Generasi Z dalam *setting* perusahaan yang berbeda seperti perusahaan BUMN, perusahaan Swasta, dan lain sebagainya untuk mengembangkan data penelitian yang lebih banyak terkait karyawan Generasi Z.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti mengenai *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z dapat meneliti mengenai *self-perceived employability* yang dapat dikaitkan dengan variabel psikologis lainnya seperti *self-efficacy*, *career adaptability*, komitmen organisasi, dan lain sebagainya untuk mengembangkan data

penelitian yang lebih banyak dalam bidang psikologi, khususnya psikologi industri dan organisasi.

5.2.2. Saran Praktis

1. Bagi Karyawan Generasi Z

   Karyawan disarankan untuk secara proaktif mengikuti pelatihan teknis maupun *soft skill* guna mempertahankan atau meningkatkan *self-perceived employability* serta terlibat dalam kegiatan *networking* eksternal guna meningkatkan eksposur terhadap peluang kerja dan pengembangan karier.

2. Bagi Perusahaan *Start-up*

   Perusahaan *Start-up* diharapkan dapat memberikan pengembangan karier seperti pelatihan, promosi, dan sebagainya kepada karyawan sehingga dapat meningkatkan *internal employability* dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, P. R. (2021). Government Policy Directions In Development Start Up Of The Eco Digital Motion Support Pioneers Innovative Products In New Normal Era. POLITICO, 21(1), 34-52.

Akbar, I. M. I. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pemilihan Karir Di Startup Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada PT. XYZ). Jurnal Manajemen, 10(1), 43–54. https://doi.org/10.54964/manajemen.v10i1.453

Akkermans, J., & Tims, M. (2016). Crafting your career: How career competencies relate to career success via job crafting. Applied Psychology: An International Review, 66(1), 168–195. https://doi.org/10.1111/apps.12082

American Educational Research Association, American Psychological Association, & National Council on Measurement in Education. (2014). Standards for educational and psychological testing. American Educational Research Association.

Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta.

Azwar, S. (2017). Metode Penelitian Psikologi (2th ed). Pustaka Belajar Offset.

Azwar, S. (2015). Penyusunan Skala Psikologi. Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2012). Reliabilitas dan Validitas. Pustaka Pelajar.

Badan Pusat Statistik. (2020). Sensus Penduduk 2020. BPS.

Bagshaw, M. (1997). Employability-creating a contract of mutual investment. Industrial and commercial Training, 29(6), 187-189.

Baranchenko, Y., Xie, Y., Lin, Z., Lau, C., & Ma, J. (2019). Relationship between employability and turnover intention: the moderating effects of organizational support and career orientation. Journal of Management & Organization, 26(2), 241-262. https://doi.org/10.1017/jmo.2019.77

Bejaković, P., & Mrnjavac, Ž. (2020). The importance of digital literacy on the labour market. Employee Relations: The International Journal, 42(4), 921-932.

Berntson, E., & Marklund, S. (2007). The relationship between perceived employability and subsequent health. Work & Stress, 21(3), 279–292. https://doi.org/10.1080/02678370701659215

Blais, M., Sinclair, S., Richardson, L., Massey, C., & Stein, M. (2021). External correlates of the spectra: indices of psychopathology (spectra) in a clinical sample. Clinical Psychology & Psychotherapy, 28(4), 929-938. https://doi.org/10.1002/cpp.2546

Brewer, L. (2013). Enhancing youth employability: What? Why? and How? Guide to core work skills (pp. 1-51). Geneva, Switzerland: ILO.

Chambel, M., Carvalho, V., Cesário, F., & Lopes, S. (2017). The work-to-life conflict mediation between job characteristics and well-being at work. Career Development International, 22(2), 142-164. https://doi.org/10.1108/cdi-06-2016-0096

Chiu, W., Won, D., & Bae, J. (2019). Internal marketing, organizational commitment, and job performance in sport and leisure services. Sport Business and Management an International Journal, 10(2), 105-123. https://doi.org/10.1108/sbm-09-2018-0066

Chughtai, A. (2019). Servant leadership and perceived employability: proactive career behaviours as mediators. Leadership & Organization Development Journal, 40(2), 213-229. https://doi.org/10.1108/lodj-07-2018-0281

Clarke, M. (2008). Understanding and managing employability in changing career contexts. Journal of European Industrial Training, 32(4), 258–284. https://doi.org/10.1108/03090590810871379

Coen, A., Forrier, A., & Sels, L. (2015). Studying retirement from a career perspective: are people who take charge of their career less inclined to retire?. https://doi.org/10.4337/9781782547037.00027

Crammond, R. (2024). Employability through Enterprise: Seeking academic alignment towards impactful graduates. HE Professional.

Creswell, J. (2010). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. PT Pustaka Pelajar.

De Cuyper, N., & De Witte, H. (2011). The management paradox: Self-rated employability and organizational commitment and performance. Personnel Review, 40(2), 152–172. https://doi.org/10.1108/00483481111106057

Fackler, D., Hölscher, L., Schnabel, C., & Weyh, A. (2021). Does working at a start-up pay off?. Small business economics, 58(4), 2211-2233.

Fatima, S., & Srivastava, U. (2024). Exploring Work-Life Balance Strategies Among Generation Z In The Education Sector: An Exploratory Analysis. Educational Administration: Theory and Practice, 30(4), 9597-9611.

Fauziah, Z., Hayadi, B. H., Meria, L., & Hasanah, A. U. (2022). Start up digital business: Knowing business opportunities and tips for beginners. Startupreneur Business Digital (SABDA Journal), 1(1), 96-103.

Forrier, A., Verbruggen, M., & Cuyper, N. (2015). Integrating different notions of employability in a dynamic chain: the relationship between job transitions, movement capital and perceived employability. Journal of Vocational Behavior, 89, 56-64. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2015.04.007

Francis, T., & Hoefel, F. (2018). 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company.

Frare, A., Cruz, A., Lavarda, C., & Akroyd, C. (2021). Packages of management control systems, entrepreneurial orientation and performance in brazilian

startups. Journal of Accounting & Organizational Change, 18(5), 643-665. https://doi.org/10.1108/jaoc-04-2021-0052

Fugate, M., Kinicki, A. J., & Ashforth, B. E. (2004). Employability: A psycho-social construct, its dimensions, and applications. Journal of Vocational Behavior, 65(1), 14–38. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2003.10.005

Gopal, D. (2024). Redefining Work Purpose: An Empirical Analysis of Meaningful Work for Generation Z Employees.

Hakim, A. F. L. (2019). Hubungan Self-Perceived Employability Dengan Komitmen Organisasi Pada Karyawan Generasi Y. https://repository.unair.ac.id/82545/

Hirschi, A. (2012). The career resources model: An integrative framework for career counsellors. British Journal of Guidance & Counselling, 40(4), 369–383. https://doi.org/10.1080/03069885.2012.700506

Hofaidhllaoui, M. (2013). Employability: individual initiative or company decision. Recherches en Sciences de Gestion, (6), 23-42.

Hollstein, A., Schade, M., Kanitz, C., & Burmann, C. (2024). Identification as a sword in the war for talent: understanding organizational identification through a prospective employee lens. Psychology and Marketing, 42(4), 955-969. https://doi.org/10.1002/mar.22160

Hussien, F. (2017). A multiple case study on employee engagement and retention at startup companies (Master's thesis, Hanken School of Economics).

Indrawan, A. A. Z., & Batubara, M. (2024). Peran Employability Development Opportunities terhadap Employability Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Padjadjaran. Journal of Psychological Science and Profession, 8(1), 41-51. https://doi.org/10.24198/jpsp.v8i1.47353

Jackson, D. and Wilton, N. (2016). Developing career management competencies among undergraduates and the role of work-integrated learning. Teaching in Higher Education, 21(3), 266-286. https://doi.org/10.1080/13562517.2015.1136281

Jackson, D., & Wilton, N. (2016). Perceived employability among undergraduates and the importance of career self-management, work experience and individual characteristics. Higher Education Research & Development, 36(4), 747-762.

Jacob, U. and Pillay, J. (2023). Studies related to employment of persons with intellectual disability: a systematic review. Journal of Vocational Rehabilitation, 59(2), 169-181. https://doi.org/10.3233/jvr-230035

Joung, H., Choi, E., & Taylor, J. (2018). Investigating differences in job-related attitudes between full-time and part-time employees in the foodservice industry. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 30(2), 817-835. https://doi.org/10.1108/ijchm-03-2016-0129

Juniartika, R., Utami, S. E., & Ihsani, H. (2023). Pengaruh Kebermaknaan Kerja Terhadap Loyalitas Kerja pada Karyawan Generasi Z di Kota Padang. Psyche 165 Journal, 155-160.

Kaswan, M. M. (2016). Pelatihan dan Pengembangan untuk meningkatkan kinerja SDM. Bandung: CV Alfabeta.

Khairurahman, M. H., & Wicaksono, D. A. (2017). Hubungan antara psychological capital dengan self-perceived employability pada mahasiswa vokasi Universitas Airlangga. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, 6, 74-87.

Kostoeva, Z. (2023). Navigating the Workplace Shift: Strategies to attract and retain Generation Z employees in Russia. International Journal of Science and Research (IJSR), 12(12), 1789–1792. https://doi.org/10.21275/sr231225190753

Kulkarni, V., & Rai, N. (2023). Generation Z Talent Management In Organisations: An HR Perspective. Journal of Survey in Fisheries Sciences, 1389-1396.

Kurniawan, D. T., Rakhmad, A. A. N., Futari II, O., & Kusnayain, Y. I. (2021). How employer branding attract the generation Z students to join on start-up unicorn. JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan), 7(2), 219-233.

Lange, A., Heijden, B., Vuuren, C., Furunes, T., Lange, C., & Dikkers, J. (2021). Employable as we age? a systematic review of relationships between age conceptualizations and employability. Frontiers in Psychology, 11. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.605684

Lazar, M. A., Zbuchea, A., & Pînzaru, F. (2023). The emerging generation Z workforce in the digital world: a literature review on cooperation and transformation. In Proceedings of the International Conference on Business Excellence (Vol. 17, No. 1, pp. 1991-2001).

Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J & Lwanga, S.K. (1997). Besar sampel dalam penelitian kesehatan. Gajamada university press.

Lestari, D. A., & Kusumaputri, E. S. (2017). Perceived Employability: Peranan Career Calling dan Strategi Karir Sebagai Mediator. Psikologika Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi, 22(1), 89–92. https://doi.org/10.20885/psikologika.vol22.iss1.art6

Lin, Y. (2015). Are you a protean talent? the influence of protean career attitude, learning-goal orientation and perceived internal and external employability. Career Development International, 20(7), 753-772. https://doi.org/10.1108/cdi-04-2015-0056

Lin, Y., Chen, A., & Lai, Y. (2018). Breach or bridge your career? understanding the relationship between career plateau and internal employability.

Personnel Review, 47(5), 986-1002. https://doi.org/10.1108/pr-04-2017-0101

Lotko, M., Razgale, I., & Vilka, L. (2016). Mutual expectations of employers and employees as a factor affecting employability. The European Journal of Social & Behavioural Sciences.

Luchko, M., Szmitka, S., & Dmuchowski, R. (2019). Start-up As An Innovative Economic Entity. Galician Economic Journal, 60(5).

Mahardika, A. A., Ingarianti, T., & Zulfiana, U. (2022). Work-life balance pada karyawan generasi Z. Collabryzk Journal for Scientific Studies, 1(1), 1-16.

Mazurek, M. (2019). Generation Z as a challenge for the traditional corporate culture in Poland. Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego „Studia i Prace", 37(1), 167-180.

McQuaid, R. W., & Lindsay, C. (2005). The concept of employability. Urban Studies, 42(2), 197–219. https://doi.org/10.1080/0042098042000316100

Mitić, S. (2020). Factors affecting higher education institution choice: Attitudes of Serbian high school students. Teme-Časopis za Društvene Nauke, 44(3), 797-812.

Molina, D. E. A., Ramírez, N. A. F., Fuentes, J. R. A., & Gómez, C. M. M. (2021). Start-ups: modelo de negocios emergentes para dinamizar y revitalizar los mercados desde la transcomplejidad. Revista Venezolana de Gerencia: RVG, 26(5), 444-458.

Mourshed, M., Farrell, D., & Barton, D. (2013). Education to employment: Designing a system that works. Nueva York: Mckinsey center for government.

Mufarrihati, V. C., & Ariawaty, R. R. N. (2023). Pengaruh Remote Working Terhadap Employee Engagement Pada Karyawan Generasi Z (Studi Kasus Pada Perusahaan Startup di Kota Bandung). Akuntansi, 2(4), 133-155.

Murairwa, S. (2015). Voluntary sampling design. International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences, 4(2), 185-200.

Mustaqim, M. and Sary, F. (2022). Role of career development and job satisfaction for employee engagement for start-ups.. https://doi.org/10.46254/eu05.20220337

Naim, M. F. (2022). Managing generation Z in gig economy: towards an integrative framework of talent management. Sustainability in the Gig Economy: Perspectives, Challenges and Opportunities in Industry 4.0 (pp. 293-303). Singapore: Springer Nature Singapore.

Nasa, A. F., Susanti, M., Sembiring, L. S., Fahmy, R., Rusli, M., Rahayuningsih, T., Oktari, S., & Kurnianto, Y. (2022). Kepercayaan Diri Generasi Z Indonesia Memasuki Dunia Kerja: Gambaran Self-Perceived Employability. Jurnal Ilmu Perilaku, 6(2), 188-205.

Nelissen, J., Forrier, A., & Verbruggen, M. (2016). Employee development and voluntary turnover: testing the employability paradox. Human Resource Management Journal, 27(1), 152-168. https://doi.org/10.1111/1748-8583.12136

Nikita, G., Reddy, P.S., & Sundararajan, V. (2024). Impact Of Organizational Communication On Employee Relations And Productivity Among Millennial and Gen Z At Workplace. Educational Administration: Theory and Practice.

Nimmi, P., Zakkariya, K., & Nezrin, R. (2020). Insight to impact: the effect of protean career attitude on employability perceptions of it professionals. Colombo Business Journal International Journal of Theory and Practice, 11(1), 1-23. https://doi.org/10.4038/cbj.v11i1.55

Niu, Y., Xu, X., Zhu, Y., & Hunter-Johnson, Y. (2022). Exploring Self-Perceived Employability and Its Determinants among International Students in the United States. Journal of Comparative and International Higher Education, 14(1), 6-22.

Niu, Y., Zhu, Y., Xu, X., & Hunter-Johnson, Y. (2022). Investigating Self-Perceived Employability, Ambition, and University Commitment of Students in HRD Programs. International Journal of Multidisciplinary Perspectives in Higher Education, 7(1), 1-30.

Noviati, N. P., Nu'man, T. M., Iqbal, M. M., & Akmala, L. A. (2024). Self-Perceived Employability in the Digital Era: Analysis of Online Social Support, Social Media User Type, and Career Adaptability. Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi, 29(2)

Nwakanma, C. (2024). The impact of career education on students' labour market perceptions. Didaktika Jurnal Kependidikan, 13(1), 155-166. https://doi.org/10.58230/27454312.490

Palekar, S., Pardhi, A., & Jindal, S. (2022). Indian Business Case Studies Volume VIII. Oxford University Press.

Palomo, R., Fabra, M., & Sáenz-Diez, R. (2024). Examining reciprocal relationships between boundaryless career orientations and perceived employability. Journal of Career Development, 51(3), 370-389. https://doi.org/10.1177/08948453241247844

Pandita, D., Agarwal, Y., & Vapiwala, F. (2023). Fostering the sustainability of organizational learning: reviewing the role of Gen-Z employees. Industrial and Commercial Training.

Pitan, O. S., & Muller, C. (2020). Student perspectives on employability development in higher education in South Africa. Education+ Training, 63(3), 453-471. https://doi.org/10.1108/ET-02-2018-0039

Pitekova, J., & Vrablikova, M. (2019). Benchmarking of Slovak regions in terms of start-up implementation indicators and creative potential indicators.

Pool, L. D., & Sewell, P. (2007). The key to employability: developing a practical model of graduate employability. Education+Training, 49(4), 277–289. https://doi.org/10.1108/00400910710754435

Poujol, F., Pezet, É., Wallace, J., & Tanner, J. (2024). The experiential employer brand: an application to salespeople. Recherche Et Applications en Marketing (English Edition), 39(4), 50-68. https://doi.org/10.1177/20515707241242671

Prayoga, R. A., & Lajira, T. (2022). Strategi Pengembangan Kualitas SDM Generasi Millenial & Generasi Z Dalam Menghadapi Persaingan Global Era 5.0. https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/18476

Presti, A. and Elia, A. (2020). Is the project manager's road to success paved only with clear career paths?. Project Management Journal, 51(2), 199-213. https://doi.org/10.1177/8756972819891344

Putra, G. P., & Handoyo, S. (2018). Gambaran Self-Perceived Employability Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Airlangga. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, 7, 47-55.

Putri, P. K. (2024). GEN Z DI DUNIA KERJA: Kepribadian dan Motivasi Jadi Penentu Produktivitas Kerja. AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 4(1), 30-38.

Rasmussen, M. T. (2020). Recruitment Communication and Psychological Contracts in Start-ups: Dark Side Challenges of Selling a Job and Creating Realistic Expectations. Communication & Language at Work, 7(1), 4-14.

Ribeiro, A., Ferragi, C., Plonski, G., & Cardoso, A. (2023). Startup spawning: background and formative processes. Innovation & Management Review, 20(4), 380-392. https://doi.org/10.1108/inmr-07-2021-0127

Romualdez, A., Yirrell, K., & Remington, A. (2020). Exploring participants' views on a supported work internship program for autistic and learning disabled young people. International Journal of Disability Management, 15. https://doi.org/10.1017/idm.2020.4

Rothwell, A., & Arnold, J. (2007). Self-perceived employability: development and validation of a scale. Personnel Review, 36(1), 23–41. https://doi.org/10.1108/00483480710716704

Rothwell, A., Herbert, I., & Rothwell, F. (2008). Self-perceived employability: Construction and initial validation of a scale for university students. Journal of Vocational Behavior, 73(1), 1–12. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2007.12.001

Ryandono, M. N. H. (2018). Fintech Wakaf: Solusi Permodalan Perusahaan Startup Wirausaha Muda. Jurnal Studi Pemuda, 7(2), 111-121.

Saddiyah, P. (2022). Analisis Faktor-faktor Penentu Lama Mencari Kerja Bagi Tenaga Kerja Terdidik di Kota Pangkal Pinang. Welfare Jurnal Ilmu Ekonomi, 2(2), 86-93. https://doi.org/10.37058/wlfr.v2i2.3487

Sahu, S., Pathardikar, A., & Kumar, A. (2017). Transformational leadership and turnover. Leadership & Organization Development Journal, 39(1), 82-99. https://doi.org/10.1108/lodj-12-2014-0243

Saidin, A., Adanan, S., Sani, A., & Bustamam, K. (2023). Employer's satisfaction on accounting internship in digital learning environment. Information Management and Business Review, 15(3(I)), 298-305. https://doi.org/10.22610/imbr.v15i3(i).3539

Sakaki, J. (2022). A Review of Research on Perceived Employability and Its Consequences. International Journal of Accounting and Financial Reporting, 12(4), 18-28.

Sakitri, G. (2021). "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!" Interaction Communication Studies Journal, 35(2), 1–10.

Salamzadeh, A., & Kawamorita Kesim, H. (2015). Startup companies: Life cycle and challenges. In 4th International conference on employment, education and entrepreneurship (EEE), Belgrade, Serbia.

Sanchez-Manjavacas, A. M. S., Taboada, L. R., & Iborra, M. D. C. S. (2020). Perceived Internal Employability as a Strategy to Reduce Employee Intention to Quit. Revista Perspectiva Empresarial, 7(1), 7-24.

Santos, G., Ferreira, A., & Pinho, J. (2019). Career attitudes and employability: analysis of mediation via career strategies. Employee Relations, 42(2), 417-436. https://doi.org/10.1108/er-09-2018-0249

Schroth, H. (2019). Are you ready for Gen Z in the workplace? California Management Review, 61(3), 5-18.

Singh, A., Sharma, S., Sengupta, S., & Goel, K. (2023). Sailing through the pandemic: role of authentic leadership and horizontal collectivism in unlocking work engagement in indian startups. Journal of Asia Business Studies, 18(5), 1175-1195. https://doi.org/10.1108/jabs-03-2022-0118

Smith, S., Dupré, K., & Crough, J. (2024). Beyond the hard and soft skills paradigm: an australian architecture industry perspective on employability and the university/practice divide. Higher Education Skills and Work-Based Learning, 14(6), 1282-1298. https://doi.org/10.1108/heswbl-07-2023-0197

Soekanto, A., & Mustikarini, C. N. (2016). Faktor kesuksesan bisnis start-up di Surabaya. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis, 1(6), 711-718.

Sullivan, S. E., & Baruch, Y. (2009). Advances in career theory and research: A critical review and agenda for future exploration. Journal of Management, 35(6), 1542–1571. https://doi.org/10.1177/0149206309350082

Supia, I., Hadi, C., & Fajrianthi, F. (2023). Nilai Personal pada Stay Employee Angkatan Kerja Generasi Milenial dan Generasi Z: Studi pada Posisi Marketing di Salah Satu Bank Swasta di Indonesia. Sang Pencerah Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton, 9(2), 385–392. https://doi.org/10.35326/pencerah.v9i2.2721

Supratiknya. (2014). Pengukuran Psikologis. Universitas Sanata Dharma.

Syahputra, M. J., & Hendarman, A. F. (2024). The Relationship between Key Factors and Gen Z Employee Retention in Indonesian FMCG Start-ups.

Talamayan, M. C., Teng-Calleja, M., & Caringal-Go, J. F. (2024). Motivating Filipino Generation Z employees at work: enablers and outcomes. Evidence-based HRM: a Global Forum for Empirical Scholarship. Emerald Publishing Limited.

Vanhercke, D., De Cuyper, N., Peeters, E., & De Witte, H. (2014). Defining perceived employability: a psychological approach. Personnel Review, 43(4), 592–605. https://doi.org/10.1108/pr-07-2012-0110

Veldman, K., Reijneveld, S., Verhulst, F., Almansa, J., & ltmann, U. (2017). A life course perspective on mental health problems, employment, and work outcomes. Scandinavian Journal of Work Environment & Health, 43(4), 316-325. https://doi.org/10.5271/sjweh.3651

Wicaksana, S. A., & Adhiningtyas, N. P. (2020). Gambaran Calon Tenaga Kerja Gen Z (Studi pada Siswa SMA XYZ). Provitae Jurnal Psikologi Pendidikan, 13(1), 24. https://doi.org/10.24912/provitae.v13i1.7734

Winarsunu, T. (2002). Statistik dalan Penelitian Psikologi dan Pendidikan. UMM Press.

Wisetsri, W., Lourens, M. E., Cavaliere, L. P. L., Chakravarthi, M. K., Nijhawan, G., Nuhmani, S., Rajest, S., & Regin, R. (2021). The effect of layoffs on the performance of survivors at healthcare organizations. NVEO-NATURAL VOLATILES & ESSENTIAL OILS Journal. NVEO, 5574-5593.

Wongnaa, C. and Boachie, W. (2018). Perception and adoption of competency-based training by academics in ghana. International Journal of Stem Education, 5(1). https://doi.org/10.1186/s40594-018-0148-x

Yacine, L., & Karjaluoto, H. (2022). Hybrid work: Gen Z expectations and internal employer branding implications. In Re-envisioning organizations through transformational change (pp. 21-50). Productivity Press.

Yang, L. and Zhang, H. (2022). The chain mediating effect of network behavior and decision self-efficacy between work skills and perceived

employability based on social cognitive theory. Computational Intelligence and Neuroscience, 2022, 1-12. https://doi.org/10.1155/2022/5240947

Zhang, X., Deng, H., Xia, Y., & Lan, Y. (2021). Employability paradox: the effect of development idiosyncratic deals on recipient employees' turnover intention. Frontiers in Psychology, 12. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.696309

Zumhas, C. S. (2024). Studi Eksplorasi Pengalaman Pekerja Generasi Z Terkait PHK Massal. JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 11(1), 271-295.

UNIVERSITAS ANDALAS
KEDJAJAAN
UNTUK
BANGSA

LAMPIRAN

LAMPIRAN A

SURAT IZIN PENELITIAN

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ANDALAS
FAKULTAS KEDOKTERAN
PROGRAM STUDI PSIKOLOGI PROGRAM SARJANA
Jl. Perintis Kemerdekaan Padang, Sumatera Barat Kode Pos 25127
Telepon : +62751778629.Fax : +62751778639. e-mail:

Nomor : 201/UN16.2/PS.PSI/2025 17 – 02 – 2025
Hal : Izin Penelitian

Yth. Responden Penelitian
di
Indonesia

Sehubungan dengan akan dilaksanakannya penelitian oleh mahasiswa Prodi Psikologi Program Sarjana Fakultas Kedokteran Universitas Andalas yang tersebut di bawah ini :

Nama	: M. Fatahilla Ramadani
No.BP	: 2110322023
Program Studi	: Psikologi
Judul Penelitian	: Gambaran Self-Perceived Employability Karyawan Generasi Z pada Perusahaan Start-up
No. Hp/ Email	: '081210589064 / mfatahilla04@gmail.com
Alamat	: Jati, Padang
Pembimbing	: 1. Amatul Firdausa Nasa, M.Psi, Psikolog 2. Septi Mayang Sarry, M.Psi, Psikolog
Waktu Penelitian	: 13 Februari – 13 Maret 2025

dengan ini kami mohon Bapak/Ibu dapat memfasilitasi dan memberikan Izin Penelitian tersebut.

Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi,

Nelia Afriyeni, S.Psi, MA
NIP.198604272014042001

LAMPIRAN B

SKALA PENELITIAN

SKALA

PENELITIAN

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS ANDALAS

2025

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Dengan hormat, Perkenalkan, saya M. Fatahilla Ramadani, mahasiswa S1 Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Andalas yang sedang melaksanakan penelitian untuk tugas akhir (skripsi). Untuk itu, saya membutuhkan data yang hanya akan diperoleh dengan kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi skala ini. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan adalah: 1. Karyawan berusia 18 hingga 29 tahun yang bekerja di perusahaan start-up. 2. Sudah bekerja minimal selama 3 bulan. Data dari skala ini hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Identitas dan jawaban Saudara/i akan dijaga kerahasiaannya. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pengisian skala ini. Oleh karena itu, Saudara/i diharapkan memberikan jawaban berdasarkan keadaan Saudara/i dengan jujur dan apa adanya. Atas kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih.

Peneliti

M. Fatahilla Ramadani

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN

(*INFORMED CONSENT*)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama/Inisial:

Jenis Kelamin:

Usia:

Menyatakan secara sadar dan sukarela bersedia mengisi skala penelitian ini dan bersedia hasilnya digunakan oleh pemberi skala. Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sejujur-jujurnya tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yang Menyetujui,

( )

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

Nama:

Usia:

Jenis Kelamin:

Asal Daerah:

Pendidikan Terakhir:

IPK/Nilai Akhir Pendidikan:

Pelatihan/Sertifikasi/Bootcamp/Course yang pernah diikuti:

Kemampuan Berbahasa Asing:

Asal Perusahaan:

Kategori Perusahaan *Start-up*:

Posisi dalam Pekerjaan:

Lama Masa Kerja:

Perusahaan saat ini sudah menjadi tempat kerja yang ke-berapa:

Gaji:

Apakah terdapat peluang pengembangan diri dalam perusahaan Saudara/i?:

Apakah Saudara/i berkeinginan pindah dari pekerjaan saat ini?:

SKALA

Petunjuk Pengisian

Dalam skala penelitian berikut, terdapat sejumlah pernyataan. Bacalah terlebih dahulu setiap pernyataan dengan seksama sebelum memberikan jawaban. Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Anda saat ini. Berilah tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang Anda pilih. Usahakan untuk tidak melewati satu nomor pun dalam memberi jawaban pada pernyataan-pernyataan di bawah ini. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pengisian skala ini. Oleh karena itu, Saudara/i diharapkan memberikan jawaban berdasarkan keadaan Saudara/i dengan jujur dan apa adanya. Adapun alternatif terhadap pilihan jawaban yang tersedia terdiri dari lima pilihan jawaban, diantaranya yaitu:

1: Sangat Tidak Setuju

5: Sangat Setuju

Contoh:

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Meskipun terdapat pengurangan karyawan di perusahaan ini, saya yakin bahwa saya akan dipertahankan					✓

Jika terjadi kesalahan atau Saudara/i ingin mengganti jawaban, dapat dilakukan seperti berikut ini:

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Meskipun terdapat pengurangan karyawan di perusahaan ini, saya yakin bahwa saya akan dipertahankan			✓		~~✓~~

SELAMAT MENGERJAKAN

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Meskipun terdapat pengurangan karyawan di perusahaan ini, saya yakin bahwa saya akan dipertahankan					
2	Jaringan pribadi yang saya miliki di perusahaan ini membantu saya dalam karier					
3	Saya sadar akan peluang tinggi di perusahaan ini meskipun peluang tersebut berbeda dengan apa yang saya lakukan saat ini					
4	Di antara orang-orang yang melakukan pekerjaan yang sama dengan saya, saya cukup dihargai di perusahaan ini					
5	Keterampilan yang saya miliki pada pekerjaan saya sekarang juga bisa digunakan pada pekerjaan lain di perusahaan lain					
6	Saya bisa dengan mudah melatih kembali diri saya agar dapat dipekerjakan di perusahaan lain					
7	Saya mengetahui dengan baik peluang yang saya miliki di luar perusahaan ini, meskipun peluang tersebut cukup berbeda dengan pekerjaan saya saat ini					
8	Jika diperlukan, saya bisa dengan mudah mendapatkan pekerjaan lain yang serupa di perusahaan yang sejenis					
9	Saya bisa dengan mudah mendapatkan pekerjaan yang serupa hampir di seluruh jenis perusahaan					
10	Siapapun yang memiliki tingkat keterampilan dan pengetahuan seperti saya, serta pengalaman kerja dan perusahaan serupa, akan sangat dilirik oleh perusahaan					
11	Saya bisa mendapatkan pekerjaan apa saja dan di mana saja, selama keterampilan dan pengalaman saya masih relevan					

LAMPIRAN C

INDEKS PLAGIASI

Turnitin_Muhammad Fatahilla Ramadani_2110322023_Gambaran Self-Perceived Employability pada Karyawan Generasi Z di Perusahaan Start-up - Muhammad Fatahilla.pdf

ORIGINALITY REPORT

0%	0%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

6%

★ scholar.unand.ac.id

Internet Source

Exclude quotes	Off	Exclude matches	< 3%
Exclude bibliography	Off		

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK
KEDJAJAAN
BANGSA