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.