

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Adaptasi kebiasaan baru atau yang saat ini disebut sebagai *new normal* telah memberikan banyak perubahan pada seluruh sektor kehidupan. Hampir dua tahun pandemi berlangsung hingga memberikan pengalaman baru terkait prioritas, identitas dan pandangan kita dalam melihat bagaimana suatu pekerjaan tersebut berlangsung. Morin (2014) mendefinisikan bekerja sebagai bentuk kegiatan dalam bertanggungjawab terhadap diri sendiri, orang lain, lingkungan dan negara (Darokah & Malute, 2012). Corsini (2002) menyatakan bahwa secara psikologi pekerjaan adalah perilaku manusia yang memiliki suatu tujuan, disiplin dan terstruktur pada tugas dan waktu yang membutuhkan kemampuan fisik dan mental, dimana hal tersebut menjadi sebuah kewajiban daripada tindakan sukarela (Darokah & Malute, 2012).

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting untuk keberlangsungan perusahaan selain modal perusahaan, mesin, produksi, material, metode produksi dan manajemen (Santoso & Suharmanto, 2020). Microsoft mengadakan survei untuk melihat bagaimana individu memandang sebuah pekerjaan setelah mengalami pandemi. Sebanyak 47% responden dalam survei tersebut menyatakan bahwa mereka lebih mengutamakan kepentingan keluarga dan kehidupan pribadi daripada pekerjaan mereka. Sisanya sebesar 53% responden terutama golongan orang tua dan wanita menyatakan pula bahwa prioritas mereka

adalah kesehatan dan kesejahteraan mereka daripada pekerjaan itu sendiri (Microsoft, 2022).

Armstrong (2011) menjelaskan bahwa adanya perubahan paradigma pada manajemen sumber daya manusia yang menganggap bahwa karyawan merupakan modal utama untuk organisasi, memerlukan pemikiran perspektif jangka panjang dalam proses pengelolaan dan perekrutan karyawan karena mereka merupakan aset potensial bagi organisasi atau perusahaan (Dharmawansha & Thennakoon, 2014). Namun faktanya, fenomena berpindah-pindah pekerjaan atau *job hopping* masih menjadi perbincangan yang cukup hangat hingga lima tahun belakangan, dimana hal ini menjadi tantangan terbesar yang harus dihadapi oleh seluruh perusahaan maupun organisasi (Sakrawathi, 2020). Fenomena ini juga dirilis melalui artikel oleh berbagai macam media internasional seperti *Forbes*, *Fortune*, *Fast Company*, *Entrepreneur*, *CNN Money*, *CNBC*, *New York Times*, *Los Angeles Times* dan *Wall Street Journal* sejak tahun 2014 (Lake, Highhouse, & Shrift, 2017).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh PT Unilever Indonesia, Tbk., sebanyak 60% pekerja muda yang tergolong baru memasuki dunia kerja di Indonesia sudah melakukan perpindahan tempat bekerja dalam kurun waktu satu hingga tiga tahun (Ngantung, 2013). Lebih lanjut, laporan tahunan TopDev pada tahun 2020, memperkirakan akan terjadi kekurangan karyawan sekitar 100.000 posisi sehingga akan memberikan kesempatan bagi karyawan untuk berpindah pekerjaan secara sukarela, dimana hal ini memicu bertambahnya kasus *job hopping* pada karyawan dalam kurun waktu 1,5 tahun (tergolong lebih tinggi daripada tahun sebelumnya) (Nguyen & Le, 2022). Nguyen (2022) juga menyatakan bahwa 50%

karyawan IT yang tereduksi dengan baik, berusia 22 hingga 28 tahun dan memiliki pengalaman kerja 1 hingga 3 tahun, rata-rata berpindah pekerjaan secara sukarela dalam jangka waktu 20 bulan (Nguyen & Le, 2022).

Pranaya (2014) mendefinisikan *job hopping* sebagai bentuk lain dari *voluntary turnover* dimana seorang karyawan memutuskan untuk berpindah dari satu tempat kerja ke tempat kerja lainnya atas dasar keputusan pribadi (sukarela) tanpa pengaruh kebijakan perusahaan, dalam masa kerja satu atau dua tahun. Adapun sebutan untuk individu yang melakukan *job hopping* adalah *job hopper* (Pranaya, 2014). Lebih lanjut, Yuen menyatakan bahwa karyawan bisa disebut sebagai *job hopper* apabila mereka bekerja kurang dari 1 tahun (Yuen, 2016).

Job hopping merupakan kecenderungan seseorang berpindah-pindah pekerjaan dalam kurun waktu yang singkat dimana hal tersebut mayoritas terjadi pada generasi milenial daripada generasi lainnya, serta biasanya terjadi pada karyawan swasta (Larasati & Aryanto, 2020). Penelitian beberapa tahun terakhir, menyatakan bahwa fenomena *job hopping* banyak ditemukan pada generasi milenial atau generasi Y (Viakarina & Pertiwi, 2022). Baba & Sliong (2012) mengungkapkan bahwa pada studi global, sebanyak 61% manajer mengalami kesulitan dalam mempertahankan karyawan Generasi Y (Queiri & Dwaikat, 2016). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lie & Andreani (2017) menyatakan bahwa 65,8% karyawan milenial Indonesia memilih untuk berpindah tempat kerja setelah bekerja selama 12 bulan (Devina & Dwikardana, 2019).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Deloitte tahun 2016 kepada 7.792 milenial di 29 negara yang berbeda dimana 300 karyawan merupakan orang

Indonesia, menyatakan bahwa sebanyak 66% karyawan akan meninggalkan pekerjaannya dan berpindah tempat kerja, 27% bertahan pada pekerjaannya namun menyatakan akan berpindah dalam waktu kurang dari 2 tahun, dan 8% sisanya tidak diketahui akan tetap bertahan atau meninggalkan pekerjaannya dalam kurun waktu 2 tahun mendatang (Suryatri & Abadi, 2018). Hasil survei yang dilakukan oleh Jobstreet.com kepada 3500 responden di Indonesia juga menunjukkan sebanyak 65,8% generasi milenial merupakan generasi “kutu loncat” yang memutuskan untuk berpindah pekerjaan kurang dari 1 tahun (Suryatri & Abadi, 2018). Kessler (2016), menyatakan bahwa karyawan milenial rata-rata berganti pekerjaan 9 kali sebelum usia mereka mencapai 50 tahun dengan durasi kerja tidak lebih dari 24 bulan untuk sebuah posisi yang sama (Supriyadi, et al., 2021).

The Kelly Global Workforce Index melakukan survei pada tahun 2011 pada 97.000 di 30 negara (termasuk Indonesia) dimana sebanyak 58% generasi milenial mempertimbangkan untuk berpindah atau keluar dari pekerjaan sebelum 5 tahun (Novisari & Dahesihsari, 2019). Namun, *The Kelly Global Workforce Index* melakukan survei kembali pada tahun 2013 kepada 122.000 karyawan di 31 negara termasuk Indonesia dengan hasil 43% responden berpikir untuk keluar dari pekerjaan dan 55% diantaranya lebih aktif untuk mencari alternatif pekerjaan lain. Bahkan ditemukan hasil bahwa 74% karyawan lebih tidak setia daripada tahun sebelumnya (Novisari & Dahesihsari, 2019). Lebih lanjut, penelitian lain yang dilakukan oleh Dhruva (2019) tentang “*Job Hopping Tendency In Millenials*” menyatakan bahwa 50% responden juga merupakan milenial memiliki tendensi untuk melakukan *job hopping* (Pandey, 2019). Terlebih, hingga tahun 2025,

generasi milenial diprediksi akan menjadi 75% dari total angkatan kerja di dunia menggantikan generasi sebelumnya (Sakrawathi, 2020).

Generasi milenial digambarkan sebagai generasi yang “sulit” dimana mereka dianggap lebih tidak sabar dan penuntut. Dalam hal ini, mereka tidak segan untuk meninggalkan pekerjaannya apabila pekerjaan tersebut dianggap tidak dapat memenuhi kepuasan akan kebutuhan mereka (Sakrawathi, 2020). Menurut Dhruba Lal Pandey (2019) para karyawan melakukan *job hopping* karena mereka tidak memiliki kepercayaan bahwa pekerjaannya akan memiliki peluang yang lebih baik secara finansial atau perkembangan karier yang lebih bagus sehingga memutuskan untuk berganti pekerjaan. Adanya kemajuan teknologi, transportasi dan globalisasi juga menyebabkan mereka berpikir untuk meninggalkan pekerjaan mereka saat ini (Pandey, 2019).

Lebih lanjut, survei yang dilakukan oleh Microsoft tahun 2022 juga menunjukkan bahwa generasi milenial lebih suka berganti pekerjaan, dimana hal itu ditunjukkan dengan persentase sebesar 52% dari Generasi Z dan Milenial memutuskan untuk meninggalkan pekerjaannya dalam kurun waktu satu tahun belakangan (Microsoft, 2022). Hal ini meningkat sebanyak 3% dari tahun sebelumnya, dimana 35% dari Generasi X dan *Boomers* yang juga mengatakan bahwa mereka berniat untuk berpindah kerja (Microsoft, 2022). Berkaitan dengan jumlah generasi X maupun milenial, survei yang dilakukan oleh Deloitte Global Millennial pada tahun 2020 menyatakan bahwa jumlah populasi generasi milenial dan generasi Z di seluruh dunia dalam rentang waktu November 2019 hingga Januari 2020 adalah sebanyak 13,7 juta millennial dan 4,7 juta Generasi Z.

Tentunya jumlah tersebut akan terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu (Deloitte, 2020). Dengan banyaknya kasus yang menunjukkan bahwa *job hopping* mayoritas terjadi pada generasi milenial, hal ini membuat fenomena *job hopping* masih menarik untuk diteliti dimana milenial sebagai subjeknya.

Job hopping dianggap sebagai fenomena yang cukup penting untuk dibahas karena dampaknya cukup besar bagi suatu perusahaan maupun karyawan. *Job hopping* dapat menyebabkan kerugian pada perusahaan karena dianggap menambah biaya investasi yang perlu dikeluarkan antara lain biaya untuk pemasangan iklan, rekrutmen karyawan baru, biaya pelatihan karyawan baru, serta dapat menurunkan reputasi perusahaan (Liu, 2010; Lim & Chew, 1998; Whitaker, 2010; Suryaratri & Abadi, 2018; Novisari & Dahesihsari, 2019).

Lebih lanjut, *job hopping* dianggap merugikan perusahaan karena informasi penting yang dimiliki suatu perusahaan bisa tersebar ke perusahaan yang dianggap sebagai kompetitor ketika karyawan yang sebelumnya bekerja, tetapi justru berpindah tempat ke perusahaan kompetitor, serta dianggap tidak memberikan kontribusi yang cukup terhadap organisasi, tidak mempelajari banyak keterampilan baru dan dianggap belum memiliki pengalaman yang cukup dari pekerjaan mereka sebelumnya, sehingga mereka dianggap tidak beradaptasi dengan budaya organisasi (Ng. Hirono & Siy, 1986; Mtungwa 2009; Yuen, 2016).

Hal tersebut juga didukung oleh pernyataan Memon dkk. (2014) yang menyatakan bahwa *job hopping* dapat membuat karyawan yang bertahan pada perusahaan tersebut mengalami demoralisasi karena bertambahnya beban kerja (*work load*) yang dimiliki karyawan untuk menggantikan karyawan yang

sebelumnya, sehingga dapat menurunkan produktivitas perusahaan tersebut (Suryatri & Abadi, 2018). Khartri dkk. (1999) juga menekankan bahwa tingginya kasus *job hopping* dapat menyebabkan organisasi mengalami produktivitas yang rendah, membengkaknya biaya perekrutan karyawan dan buruknya kualitas produk dan layanan yang diberikan karena banyak terjadi pergantian karyawan (Dharmawansa & Thennakoon, 2014). Adanya beberapa dampak dari *job hopping* terhadap perusahaan maupun karyawan, membuat konstruk ini tergolong cukup penting untuk dipahami lebih lanjut.

Keluarnya karyawan dari organisasi secara sukarela dapat menimbulkan beban untuk mempertahankan karyawan yang tersisa di organisasi tersebut, sehingga berdampak pada motivasi dan komitmen yang dimiliki oleh karyawan, sehingga karyawan yang melakukan *job hopping* dianggap kurang memiliki komitmen terhadap organisasi tempat mereka bekerja (Wadhera & Bano, 2020). Salah satu penyebab karyawan memutuskan untuk meninggalkan organisasi atau pekerjaannya adalah kurang adanya komitmen terhadap organisasi tempat mereka bekerja (Queiri & Dwaikat, 2016). Gen Y dianggap sebagai generasi yang memiliki level komitmen organisasi yang rendah, padahal karyawan yang memiliki komitmen terhadap organisasinya cenderung tidak berpikir untuk berhenti atau berpindah dari pekerjaan mereka (Queiri & Dwaikat, 2016). Oludeyi (2015) menyatakan bahwa komitmen organisasi merupakan hal penting dimana ketika karyawan memiliki komitmen pada organisasinya, ia akan memiliki performa yang tinggi dalam pekerjaannya (Nyongesa & Florah, 2019).

Mowday et al., (1979) mendefinisikan *Organizational Commitment* (komitmen organisasi) sebagai kondisi yang individu rasakan ketika merasa dekat dengan organisasi dan berusaha mempertahankan keanggotaannya pada organisasi tersebut (Milliman, Czaplewski, & Ferguson, 2003). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Milliman dkk. (2003), komitmen organisasi sangat berhubungan erat dalam mengurangi keinginan berpindah kerja pada karyawan (Milliman, Czaplewski, & Ferguson, 2003). Menurut Shore dan Tetrick (1991), karyawan yang memiliki komitmen tinggi terhadap organisasinya akan tetap bertahan pada pekerjaan mereka dibandingkan karyawan yang kurang memiliki komitmen, meskipun terdapat peluang pekerjaan baru untuk mereka (Saleem & Qamar, 2017). Morrow (2011) juga menyatakan bahwa karyawan dengan komitmen yang lebih rendah akan mengarah untuk lebih aktif mencari alternatif pekerjaan lain, berpindah pekerjaan secara sukarela (Dess dan Shaw, 2001; McClean dan Collins, 2011) dan akhirnya memutuskan untuk berganti pekerjaan yang lain (Joo dan Park, 2010; Saleem & Qamar, 2017). Lebih lanjut, Holtschlag et al., (2020) menyatakan bahwa generasi milenial erat kaitannya dengan tendensi untuk melakukan *job hopping* padahal komitmen karyawan generasi milenial merupakan kunci untuk membangun keyakinan akan kesetiaan karyawan terhadap organisasinya (Azzam & Harsono, 2021).

Menurut Shellenbarger (2000) komitmen organisasi juga memiliki kaitan yang erat dengan perilaku bekerja pada individu dimana abad 21 lebih memunculkan *trend* untuk fokus pada spiritualitas karyawan di tempat mereka bekerja (Milliman, Czaplewski, & Ferguson, 2003). Pengalaman spiritualitas

karyawan di tempat bekerja berhubungan positif dengan komitmen mereka pada organisasi tersebut (Aboobaker, Edward, & K.A, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Aboobaker, et. al. (2020) menyatakan bahwa karyawan yang memiliki pengalaman spiritualitas di tempat bekerja (*workplace spirituality*) berpengaruh secara signifikan positif terhadap loyalitas karyawan pada organisasinya (Aboobaker, Edward, & K.A, 2020). Dalam hal ini pengalaman spiritualitas tersebut berhubungan positif dengan sikap karyawan dalam pekerjaan mereka seperti intuisi, kreativitas, kejujuran, kepercayaan, pemenuhan keinginan pribadi, komitmen organisasi, kinerja organisasi, orientasi pelanggan, dan kepuasan kerja (Aboobaker, Edward, & K.A, 2020). Milliman dkk. (2003) mendefinisikan *workplace spirituality* sebagai upaya untuk mengembangkan hubungan kuat dengan rekan kerja dan orang lain terkait dengan pekerjaan, memiliki konsistensi antara keyakinan seseorang dan nilai-nilai organisasi (Aboobaker, Edward, & K.A, 2020). Elemen *workplace spirituality* diidentifikasi sebagai prediktor kuat terhadap komitmen organisasi seorang karyawan (Fry et. al., 2005; Bodia & Ali, 2012; Corry et. al., 2014; Aboobaker, Edward, & K.A, 2020).

Perusahaan atau organisasi akan berusaha mempertahankan karyawan berbakat mereka, namun pada faktanya milenial merupakan tipe karyawan yang suka mencari pekerjaan baru dan tidak terlalu terikat pada organisasi (Cennamo & Gardner, 2008; Ertas, 2015; Aboobaker, Edward, & K.A, 2020). Adkins (2016) menyatakan bahwa pada dasarnya milenial tidak ingin berganti pekerjaan, namun terkadang organisasi tidak memberikan alasan persuasif agar mereka tetap bertahan di perusahaan tersebut (Aboobaker, Edward, & K.A, 2020).

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif antara komitmen organisasi terhadap intensi *job hopping*, serta *workplace spirituality* berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi. Oleh karenanya dilakukanlah penelitian ini untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh komitmen organisasi terhadap intensi *job hopping* pada karyawan generasi milenial apabila di moderatori oleh spiritualitas di tempat kerja (*workplace spirituality*).

1.2 Identifikasi Masalah

Individu atau sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting untuk keberlangsungan perusahaan selain modal perusahaan, mesin produksi, material, metode produksi dan manajemen (Santoso & Suharmanto, 2020). Armstrong (2011) menjelaskan bahwa adanya perubahan paradigma pada manajemen sumber daya manusia yang menganggap bahwa karyawan merupakan modal utama untuk organisasi, memerlukan pemikiran perspektif jangka panjang dalam proses pengelolaan dan perekrutan karyawan karena mereka merupakan aset potensial bagi organisasi atau perusahaan (Dharmawansha & Thennakoon, 2014). Namun faktanya, fenomena berpindah-pindah pekerjaan atau *job hopping* masih menjadi perbincangan yang cukup hangat hingga lima tahun belakangan, dimana hal ini menjadi tantangan terbesar yang harus dihadapi oleh seluruh perusahaan maupun organisasi (Sakrawathi, 2020). Fenomena ini juga dirilis melalui artikel oleh berbagai macam media internasional seperti *Forbes*, *Fortune*, *Fast Company*, *Entrepreneur*, *CNN Money*, *CNBC*, *New York Times*, *Los Angeles Times* dan *Wall Street Journal* sejak tahun 2014 (Lake, Highhouse, & Shrift, 2017).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh PT Unilever Indonesia, Tbk., sebanyak 60% pekerja muda yang tergolong baru memasuki dunia kerja di Indonesia sudah melakukan perpindahan tempat bekerja dalam kurun waktu satu hingga tiga tahun (Ngantung, 2013). Lebih lanjut, laporan tahunan TopDev pada tahun 2020, memperkirakan akan terjadi kekurangan karyawan sekitar 100.000 posisi sehingga akan memberikan kesempatan bagi karyawan untuk berpindah pekerjaan secara sukarela, dimana hal ini memicu bertambahnya kasus *job hopping* pada karyawan dalam kurun waktu 1,5 tahun (tergolong lebih tinggi daripada tahun sebelumnya) (Nguyen & Le, 2022). Nguyen (2022) juga menyatakan bahwa 50% karyawan IT yang tereduksi dengan baik, berusia 22 hingga 28 tahun dan memiliki pengalaman kerja 1 hingga 3 tahun, rata-rata berpindah pekerjaan secara sukarela dalam jangka waktu 20 bulan (Nguyen & Le, 2022).

Job hopping merupakan kecenderungan seseorang berpindah-pindah pekerjaan dalam kurun waktu yang singkat dimana hal tersebut mayoritas terjadi pada generasi millennial daripada generasi lainnya, serta biasanya terjadi pada karyawan swasta (Larasati & Aryanto, 2020). Penelitian beberapa tahun terakhir, menyatakan bahwa fenomena *job hopping* banyak ditemukan pada generasi milenial atau generasi Y (Viakarina & Pertiwi, 2022). Baba & Sliong (2012) mengungkapkan bahwa pada studi global, sebanyak 61% manajer mengalami kesulitan dalam mempertahankan karyawan Generasi Y (Queiri & Dwaikat, 2016). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lie & Andreani (2017) menyatakan bahwa 65,8% karyawan milenial Indonesia memilih untuk berpindah tempat kerja setelah bekerja selama 12 bulan (Devina & Dwikardana, 2019).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Deloitte tahun 2016 kepada 7.792 milenial di 29 negara yang berbeda dimana 300 karyawan merupakan orang Indonesia, menyatakan bahwa sebanyak 66% karyawan akan meninggalkan pekerjaannya dan berpindah tempat kerja, 27% bertahan pada pekerjaannya namun menyatakan akan berpindah dalam waktu kurang dari 2 tahun, dan 8% sisanya tidak diketahui akan tetap bertahan atau meninggalkan pekerjaannya dalam kurun waktu 2 tahun mendatang (Suryaratri & Abadi, 2018). Hasil survei yang dilakukan oleh Jobstreet.com kepada 3500 responden di Indonesia juga menunjukkan sebanyak 65,8% generasi milenial merupakan generasi “kutu loncat” yang memutuskan untuk berpindah pekerjaan kurang dari 1 tahun (Suryaratri & Abadi, 2018). Kessler (2016), menyatakan bahwa karyawan milenial rata-rata berganti pekerjaan 9 kali sebelum usia mereka mencapai 50 tahun dengan durasi kerja tidak lebih dari 24 bulan untuk sebuah posisi yang sama (Supriyadi, et al., 2021).

Job hopping dapat menyebabkan kerugian pada perusahaan karena dianggap menambah biaya investasi yang perlu dikeluarkan antara lain biaya untuk pemasangan iklan, rekrutmen karyawan baru, biaya pelatihan karyawan baru, serta dapat menurunkan reputasi perusahaan (Liu, 2010; Lim & Chew, 1998; Whitaker, 2010; Suryaratri & Abadi, 2018; Novisari & Dahesihsari, 2019).

Keluarnya karyawan dari organisasi secara sukarela dapat menimbulkan beban untuk mempertahankan karyawan yang tersisa di organisasi tersebut, sehingga berdampak pada motivasi dan komitmen yang dimiliki oleh karyawan, sehingga karyawan yang melakukan *job hopping* dianggap kurang memiliki komitmen terhadap organisasi tempat mereka bekerja (Wadhera & Bano, 2020).

Salah satu penyebab karyawan memutuskan untuk meninggalkan organisasi atau pekerjaannya adalah kurang adanya komitmen terhadap organisasi tempat mereka bekerja (Queiri & Dwaikat, 2016). Menurut Shellenbarger (2000) komitmen organisasi erat kaitannya dengan perilaku bekerja pada individu dimana abad 21 lebih memunculkan *trend* untuk fokus pada spiritualitas karyawan di tempat mereka bekerja (Milliman, Czaplewski, & Ferguson, 2003). Pengalaman spiritualitas karyawan di tempat bekerja berhubungan positif dengan komitmen mereka pada organisasi tersebut (Aboobaker, Edward, & K.A, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Aboobaker, et. al. (2020) menyatakan bahwa karyawan yang memiliki pengalaman spiritualitas di tempat bekerja (*workplace spirituality*) berpengaruh secara signifikan positif terhadap loyalitas karyawan pada organisasinya (Aboobaker, Edward, & K.A, 2020). Dalam hal ini pengalaman spiritualitas tersebut berhubungan positif dengan sikap karyawan dalam pekerjaan mereka seperti intuisi, kreativitas, kejujuran, kepercayaan, pemenuhan keinginan pribadi, komitmen organisasi, kinerja organisasi, orientasi pelanggan, dan kepuasan kerja (Aboobaker, Edward, & K.A, 2020). Milliman dkk. (2003) mendefinisikan *workplace spirituality* sebagai upaya untuk mengembangkan hubungan kuat dengan rekan kerja dan orang lain terkait dengan pekerjaan, memiliki konsistensi antara keyakinan seseorang dan nilai-nilai organisasi (Aboobaker, Edward, & K.A, 2020). Elemen *workplace spirituality* diidentifikasi sebagai prediktor kuat terhadap komitmen organisasi seorang karyawan (Fry et. al., 2005; Bodia & Ali, 2012; Corry et. al., 2014; Aboobaker, Edward, & K.A, 2020).

Perusahaan atau organisasi akan berusaha mempertahankan karyawan berbakat mereka, namun pada faktanya milenial merupakan tipe karyawan yang suka mencari pekerjaan baru dan tidak terlalu terikat pada organisasi (Cennamo & Gardner, 2008; Ertas, 2015; Aboobaker, Edward, & K.A, 2020). Adkins (2016) menyatakan bahwa pada dasarnya milenial tidak ingin berganti pekerjaan, namun terkadang organisasi tidak memberikan alasan persuasif agar mereka tetap bertahan di perusahaan tersebut (Aboobaker, Edward, & K.A, 2020).

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas, peneliti ingin membuktikan apakah karyawan generasi milenial akan tetap memiliki intensi *job hopping* ketika memiliki komitmen terhadap organisasinya dan memiliki *workplace spirituality* pada pekerjaannya.

1.3 Batasan Masalah

Pada bagian ini akan dijelaskan batasan-batasan yang digunakan dalam penelitian ini agar terhindar dari hal-hal yang menyimpang dari yang sebenarnya. Batasan-batasan ini diharapkan dapat lebih memfokuskan arah penelitian sehingga pertanyaan penelitian dapat terjawab secara efektif. Berdasarkan dari identifikasi masalah yang telah dituliskan di atas, masalah dibatasi pada pengertian *organizational commitment* (komitmen organisasi), intensi *job hopping*, *workplace spirituality* dan individu yang termasuk dalam kelompok karyawan generasi Y atau milenial.

1.3.1 *Organizational Commitment* (Komitmen Organisasi)

Mowday et. al., (1979) mendefinisikan *Organizational Commitment* (komitmen organisasi) sebagai kondisi yang individu rasakan ketika mereka

merasakan adanya ikatan dengan organisasi dan berusaha mempertahankan keanggotaannya pada organisasi tersebut (Milliman, Czaplewski, & Ferguson, 2003).

1.3.2 Intensi *Job Hopping*

Job hopping merupakan perilaku karyawan yang sering berganti pekerjaan atau berpindah tempat kerja atau organisasi dalam waktu singkat, dimana rentang waktu tersebut adalah satu hingga dua tahun (Yuen, 2016). Sedangkan intensi merupakan suatu prediktor terbaik dari kemunculan perilaku seseorang (Ajzen, 1991).

Pada penelitian ini, intensi *job hopping* didefinisikan sebagai kecenderungan atau keinginan karyawan untuk berpindah-pindah pekerjaan secara sukarela meskipun masih dalam rentang waktu yang terhitung sebentar atau kurang dari dua tahun.

1.3.3 *Workplace Spirituality*

Workplace Spirituality didefinisikan oleh Ashmos & Duchon (2000) sebagai pengakuan bahwa karyawan memiliki kehidupan batin yang tumbuh dan ditumbuhkan oleh pekerjaan yang bermakna yang terjadi dalam konteks komunitas (Milliman, Czaplewski, & Ferguson, 2003).

1.3.4 Karyawan Generasi Y (Milenial)

Penelitian ini menggunakan karyawan Generasi Y atau milenial sebagai subjek dengan mengacu pada Fung Global Retail & Technology (2016) yakni kelompok individu yang lahir pada tahun 1980-2000 dimana usia saat ini adalah 22

hingga 42 tahun, dan tentunya yang sedang bekerja pada sebuah instansi atau organisasi tertentu.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh antara komitmen organisasi terhadap intensi *job hopping* pada generasi milenial dengan *workplace spirituality* sebagai variabel moderator?”

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh komitmen organisasi terhadap intensi *job hopping* pada generasi milenial dengan di moderatori oleh *workplace spirituality*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan terkait komitmen organisasi, *job hopping* dan *workplace spirituality* dalam bidang Psikologi Industri dan Organisasi.
2. Diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan terkait *job hopping* kepada karyawan generasi Y atau Milenial.
3. Menambah referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai komitmen organisasi, *job hopping* dan *workplace spirituality*.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan strategi untuk perusahaan dalam mengambil sikap terhadap generasi Y atau milenial, agar

dapat mencapai tujuan perusahaan di era revolusi industri 4.0 yang saat ini sedang dihadapi.

2. Hasil dari penelitian ini dapat diaplikasikan sebagai tolak ukur bagi organisasi dalam mengelola dan memberikan intervensi terhadap permasalahan yang berkaitan dengan generasi Y atau milenial.