

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini Indonesia sedang dalam pengembangan dari revolusi industri 4.0 menuju revolusi industri 5.0 atau yang biasa disebut dengan *society* 5.0. Sebenarnya kedua hal ini tidak memiliki perbedaan yang jauh. Revolusi industri 4.0 berfokus pada kecerdasan buatan (*artificial intellegent*) sedangkan *society* 5.0 memfokuskan kepada komponen manusianya. Agar generasi milenial Indonesia dapat bersaing dengan SDM didunia, pada *society* 5.0 generasi milenial harus beradaptasi dengan era tersebut melalui penguasaan kompetensi baik *hard skills* maupun *soft skills*, kemampuan bahasa asing dan kecerdasan budaya global (Ismail & Nugroho, 2022). Guna tercapainya sebuah perusahaan yang dapat bertahan di persaingan revolusi industri 4.0 dan 5.0, diperlukan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, unggul, dan berkomitmen pada perusahaannya. Menurut Undang - Undang RI No 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, karyawan merupakan salah satu faktor pendukung dalam suatu perusahaan yang mampu melakukan sebuah aktivitas kerja untuk menciptakan suatu produk dalam hal jasa maupun barang guna memenuhi kebutuhan hidup individu dan masyarakat Indonesia.

Dunia kerja didominasi oleh generasi milenial. Dilansir dari Badan Pusat Statistik (BPS), sebanyak 58,65 juta orang atau 21,88% adalah generasi X, sebanyak 69,38 juta orang atau 25,87% adalah generasi Y, dan sebanyak 74,93 juta orang atau 27,94% adalah generasi Z (Humas BPS, 2021). Meskipun jumlah paling besar adalah generasi Z, namun generasi yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012, saat ini masih berusia 10 – 25 tahun dan belum membuat semua Generasi Z berada pada usia produktif kerja. Sebagian besar dari generasi Z masih menempuh proses studi dan perguruan tinggi, sehingga bisa dikatakan bahwa generasi milenial masih mendominasi dalam lingkungan kerja. Generasi Y atau akrab disebut milenial merupakan individu yang lahir pada rentang tahun 1981 hingga 1995 (Wijoyo et al., 2020).

Generasi milenial memiliki karakteristik fokus pada pencapaian, suka bekerja dalam tim, mementingkan *work life balance*, tertarik dengan kemajuan teknologi dan menganggap bahwa pencapaian adalah hal penting dalam pekerjaan (Smith & Nichols, 2015). Pendapat serupa juga disampaikan oleh Wijoyo et al. (2020), yang berpendapat bahwa generasi milenial merupakan pribadi yang idealis, mudah bosan, suka tantangan, memiliki perhatian terhadap kesehatan dan kekayaan, serta tidak ragu meninggalkan pekerjaannya ketika tidak selaras dengan keinginannya. Sesuai yang dikatakan oleh Smith & Nichols (2015) dan Wijoyo et al. (2020), generasi milenial memiliki perhatian khusus terhadap pekerjaannya, sehingga cenderung memegang kendali lebih besar daripada generasi sebelumnya (Gong et al., 2018).

Dikarenakan generasi milenial memiliki perhatian khusus pada pekerjaannya, ada kecenderungan individu menjadi *job seeker* dan *job hopper*. Istilah *job seeker* diperuntukan bagi individu yang melihat atau mencari lowongan pekerjaan, namun belum tentu memiliki keinginan untuk melamar dalam perusahaan tersebut (Beshara, 2017). Adapun istilah *job hopper* diperuntukan bagi individu yang meninggalkan pekerjaan secara sukarela dan berpindah kepekerjaan lain dalam jangka masa kerja yang singkat, serta adanya perasaan bosan dan hilangnya keteratrikan pada pekerjaan yang sekarang (Sianturi & Prabawani, 2020). Hal yang menjadi pembeda kedua istilah tersebut adalah *job seeker* biasanya dilakukan sebagai langkah awal sebelum melamar pekerjaan, karena sifatnya “hanya mencari” jadi tidak mengacu pada masa kerja, dan bisa dilakukan karena iseng. Sedangkan *job hopper* jauh lebih dalam daripada *job seeker* karena ada perilaku berpindah-pindah pekerjaan dalam masa kerja yang singkat, dan kemudian memiliki pekerjaan baru. Dalam hal ini artinya *job hopper* sampai pada perilaku meninggalkan dan berpindah keperusahaan lain, bukan hanya sekedar “mencari” yang tentunya lebih berdampak pada sektor perusahaan maupun karyawan itu sendiri.

Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, guna menjaga jenjang karirnya, generasi milenial selalu memperbaharui *resume* dengan menjadi *job hopper* (Shaw & Amphurst, 2008 dalam Ivanovic & Ivancevic, 2019). Generasi milenial

di Jerman mudah berpindah-pindah pekerjaan karena lebih mengutamakan aspek ekstrinsik (uang dan citra), namun aspek intrinsik seperti kedekatan dengan perusahaan kurang diperhatikan, jadi apabila nilai ekstrinsik yang mereka harapkan tidak terpenuhi, generasi ini dapat dengan mudah meninggalkan tempat kerjanya (Yuen, 2016). Generasi milenial di Indonesia memiliki keinginan untuk bekerja ditempat yang berbeda, seperti hasil survei Perusahaan Akuntansi Deloitte pada 10.000 milenial, dimana 43% diantaranya memiliki keinginan keluar dari pekerjaannya dalam 2 tahun. Di sisi lain, hanya 28% karyawan yang cenderung menetap pada perusahaan tersebut (Imanuel, 2021). Menurut Sebastian (2016), salah satu karakteristik yang membedakan generasi milenial dengan generasi lain yaitu mudah pindah pekerjaan pada masa kerja yang singkat.

Berdasarkan penelitian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan milenial cenderung berpindah-pindah pekerjaan dalam masa kerja yang singkat. Hal ini dapat dipengaruhi oleh karakteristik generasi milenial yang suka mencoba hal baru, memiliki ekspektasi yang tinggi dan haus akan pencapaian, padahal karyawan atau SDM merupakan aset penting dalam menggerakkan, mengembangkan serta mempertahankan eksistensi perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan wajib senantiasa mencermati, memelihara, serta meningkatkan keahlian karyawan sebab keberhasilan perusahaan tidak terlepas dari peran karyawannya. Sesuai dengan pernyataan tersebut Setiyati & Hikmawati (2019), menyatakan bahwa kejayaan serta kegagalan suatu perusahaan tergantung pada keterlibatan karyawan dalam perusahaan.

Hal ini didukung oleh pernyataan Utari & Heryanda (2021), yang mengatakan bahwa suatu visi dapat tercapai apabila karyawan pada perusahaan tersebut memiliki karakter setia, kerja keras, dan berkomitmen dalam pekerjaannya. Menurut Valentino & Haryadi (2016), loyalitas karyawan merupakan simbol kesetiaan dalam bentuk komitmen untuk memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Loyalitas karyawan dapat diidentifikasi melalui tiga kategori, yaitu loyalitas karyawan terhadap organisasi (karyawan bersikap profesional, patuh pada aturan, dan berdedikasi tinggi), loyalitas karyawan terhadap pemimpin (sikap hormat dan taat pada arahan atasan) dan loyalitas

terhadap pekerjaan (memiliki kreativitas dan inovatif yang tinggi, serta kompeten).

Harapannya ketika individu tersebut menjadi karyawan, individu dapat bertahan lama didalam satu perusahaan (*loyal*), memiliki daya juang dan resiliensi yang tinggi sehingga dapat mengembangkan kemampuan yang dimilikinya serta berdampak baik bagi perusahaan. Karyawan juga dapat berusaha keras untuk memperoleh promosi atau kenaikan jabatan, namun nyatanya hal tersebut berbanding terbalik dengan kondisi yang ada. Dalam penelitian Priyanga & Franksiska (2019), kebiasaan berpindah – pindah pekerjaan sudah menjadi tendensi dikalangan masyarakat.

Perilaku berpindah pekerjaan ini disebut dengan istilah *job hopping*. Fenomena ini pertama kali diperkenalkan oleh Ghiselli (1974), dengan *hobo syndrome* sebagai julukan untuk pelaku *job hopping* karena memiliki karakteristik seperti hewan kutu, yaitu suka loncat – loncat pekerjaan. *Job hopper* didefinisikan pada pelaku (karyawan) yang memutuskan untuk pindah dari pekerjaannya sekarang ke pekerjaan lain secara singkat (Ghazali et al., 2018). *Job hopping* dapat dianggap sebagai *voluntary turnover*, namun tidak semua *voluntary turnover* bisa tergolong dalam *job hopping*. Menurut Yuen (2016), *voluntary turnover* merupakan suatu kondisi dimana karyawan mengundurkan diri dari perusahaan secara sukarela, sedangkan fokus utama dari *job hopping* ialah pekerja yang berganti pekerjaan secara sukarela dalam masa kerja yang singkat. Jadi untuk menentukan *turnover* tergolong dalam *job hopping* atau tidak, harus memperhitungkan masa kerja karyawan tersebut Yuen (2016, dalam Permatasari & Fajrianti, 2021).

Menurut Larasati & Aryanto (2020), fenomena *job hopping* sudah merajalela sejak awal era industri 2008 dan terus terjadi hingga sekarang. Dalam penelitiannya juga disampaikan bahwa biasanya para *job hopper* meninggalkan perusahaan sebelumnya untuk menemukan perusahaan yang memiliki penawaran lebih menarik. Penelitian Sianturi & Prabawani (2020), juga mengungkapkan bahwa perilaku *job hopping* dapat diukur dengan beberapa kriteria seperti pernah berpindah ke industri lain dengan masa kerja kurang dari 2 tahun, memiliki

keyakinan untuk pindah pekerjaan tidak lebih dari 2 tahun, jenuh pada pekerjaan serta hilangnya minat pada pekerjaan saat ini. Berdasarkan beberapa definisi diatas, bisa dikatakan bahwa *job hopping* adalah kondisi dimana karyawan berganti pekerjaan atas kemauan pribadi dalam masa kerja yang tidak lebih dari 2 tahun.

Sebelum individu memunculkan perilaku *job hopping*, tentu dilandasi adanya keinginan atau intensi. Menurut Suryaratri & Abadi (2018), intensi adalah salah satu alat utama untuk memprediksi individu dalam melakukan sebuah tindakan ataupun perilaku. Jadi secara tidak langsung, apabila individu memiliki keinginan atau intensi untuk keluar dari pekerjaannya secara sukarela bukan karena kebijakan perusahaan, maka dimasa yang akan datang ada kecenderungan individu tersebut menjadi *job hopper*.

Penjelasan mengenai fenomena *job hopping* diperkuat dengan hasil *preliminary* yang dilakukan peneliti sebelumnya. Peneliti menemukan sebanyak 50% dari 40 karyawan generasi milenial Indonesia pernah melakukan *job hopping* dalam 2 tahun terakhir dan 62.5% dari 40 karyawan memiliki keinginan untuk pindah pekerjaan dalam kurun waktu kurang dari 2 tahun. Peneliti sudah memastikan bahwa partisipan memutuskan pindah pekerjaan dari tempat kerja sebelumnya karena keinginan sendiri dan bukan dari kebijakan perusahaan seperti berakhirnya kontrak kerja. Guna memperdalam hasil kuesioner, peneliti mewawancarai 4 partisipan dan didapatlah hasil sebagai berikut:

“Ini udah pekerjaan ketiga. Ditempat kerja pertama cuma 3 bulan, ditempat kerja kedua 6 bulan. Kalau yang sekarang udah jalan 7 bulan dan aku sudah ada keinginan buat pindah sih. Pindahnya mungkin karena pekerjaannya kurang menantang ya, jadi aku pingin lebih biar ga jenuh” -(D, 32 tahun, laki-laki)

“Jadi ini pekerjaan saya yang ketiga. Kalau dilihat-lihat, aku gak pernah stay lama sih dikerjaanku. Rata-rata dibawah setahun semua dan aku sudah ada rencana buat leave dari company yang

sekarang. Kalau kamu tanya kenapa, aku sendiri bingung ya, udah bosan dan gak ada yang istimewa lagi pada pekerjaan ini” -(A, 27 tahun, laki-laki)

“Jadi kalau boleh cerita.. ini pekerjaanku yang keempat. Kurang lebih durasi kerjaku dibawah 10 bulan. Sekarang ini aku udah ada gambaran mau pindah. Menurutku 1 tahun tuh udah waktu yang maksimal buat mendalami satu pekerjaan, jadi harus move terus biar ga jenuh” -(D, 31 tahun, perempuan)

“Selama aku bekerja.. kurang lebih 12 tahun, aku kayaknya udah lebih dari 6x pindah kerja. Aku kerja di PT ini masih baru sih.. masih 2 bulanan. Tapi setelah kontrakku habis, kayaknya aku gamau perpanjang. Gapapa sih menurutku pindah-pindah, hidupan cuma sekali, nikmatin aja, kalau lama-lama jadi bosan dan udah gak ada minat” -(P, 36 tahun, perempuan)

Secara umum, empat partisipan memiliki keinginan untuk berpindah pekerjaan walau masih bekerja dalam waktu yang relatif singkat. Seluruh partisipan juga sesuai dengan kriteria dari intensi *job hopping* milik Sianturi & Prabawani (2020), dimana pernah melakukan *job hopping* dalam dua tahun terakhir, ada keyakinan untuk ingin pindah pekerjaan kurang dari dua tahun, bosan dan kurang ketertarikan terhadap pekerjaan yang dimiliki sekarang.

Apabila perilaku *job hopping* banyak terjadi dalam waktu yang berkepanjangan akan menyebabkan perusahaan menghabiskan banyak dana untuk melakukan perekrutan untuk karyawan baru (Liu et al., 2010 dalam Suryaratri & Abadi, 2018). Pada saat ada karyawan yang keluar, perusahaan akan membagi beban kerja karyawan yang keluar kepada karyawan lain, sehingga sangat memungkinkan timbulnya *workload* serta menurunnya produktivitas suatu perusahaan (Memon et al. 2015, dalam Larasati & Aryanto, 2020). Apabila karyawan berpindah pekerjaan, sangat memungkinkan adanya penyebaran

informasi atau rahasia perusahaan pada perusahaan yang baru atau kompetitor (Hirono, 2001 dalam Larasati & Aryanto, 2020). Kemudian perusahaan di Jepang, Jerman, dan Amerika menyatakan bahwa kompetitor cenderung merekrut atau menerima karyawan yang telah diberi *training*, sehingga perusahaan menjadi ragu dalam memberikan *training* pada karyawan baru (Suryaratri & Abadi, 2018).

Selain pihak perusahaan, sebenarnya *job hopper* juga memiliki imbas negatif dari perilakunya sendiri antara lain, perusahaan akan ragu untuk mempekerjakan serta mengembangkan kemampuan karyawan baru (Larasati & Aryanto, 2020). Karyawan yang melakukan *job hopping* dianggap memiliki tingkat loyalitas dan komitmen yang rendah, jadi ketika karyawan dihadapkan dengan situasi yang berbeda, perlu adanya penyesuaian yang tak jarang membutuhkan bantuan dari pihak perusahaan atau rekan kerja (Yuliawan & Himam, 2017). Apabila dalam suatu perusahaan diadakan pemecatan pegawai atau PHK, karyawan yang melakukan *job hopping* berpotensi besar sebagai pegawai yang akan dipecat. Hal ini dikarenakan perusahaan mengingat “rekam jejak” individu tersebut dan lebih mempertahankan karyawan yang telah lama bekerja (Pranaya, 2014).

Dampak lain yang dapat terjadi adalah hubungan antara *job hopper* dan perusahaan menjadi buruk. Hal ini terkait dengan “*promotor*” atau orang yang menjamin maupun mempromosikan karyawan kepada perusahaan. Apabila karyawan yang dipromosikan melakukan *job hopper*, maka perusahaan tidak lagi percaya pada rekomendasi dari *promotor* tersebut (Pranaya, 2014). Karyawan yang memiliki riwayat *job hopping* kerap dianggap tidak mempunyai *value* dan daya juang yang tinggi, karena terkesan menghindar dengan keluar dari perusahaan ketika ada hal yang tidak sesuai keinginan (Pranaya, 2014). Dampak yang terakhir yaitu karyawan yang cepat meninggalkan perusahaan dianggap tidak berkontribusi besar terhadap perusahaan, sedikit keterampilan baru, serta kurang memperoleh pengalaman dari pekerjaan lamanya (Mtungwa, 2009 dalam Yuen, 2016).

Banyaknya dampak yang telah dipaparkan memberi penjelasan bahwa *job hopping* merupakan perilaku yang sangat merugikan baik dari pihak perusahaan

maupun karyawan itu sendiri. Dalam mengidentifikasi faktor perilaku *job hopping*, kepuasan kerja atau *job satisfaction* merupakan salah satu penyebab karyawan memiliki intensi untuk berganti profesi (Sutanto & Gunawan, 2013 dalam Yuniarti et al., 2021). *Job satisfaction* dianggap sebagai perasaan tertinggi individu setelah melakukan tugas (Ivanovic & Ivancevic, 2019). Kepuasan kerja mengacu pada sejauh mana pekerjaan tersebut bisa memenuhi kebutuhan dasar individu, sesuai harapan dan nilai-nilai hidupnya. Karyawan yang tergabung dalam suatu perusahaan maupun organisasi akan memiliki harapan atau ekspektasi yang tinggi pada upah, budaya organisasi, penghargaan, kesempatan berkembang dalam hal karir, jam kerja yang fleksibel, serta lingkungan kerja yang baik (Griffeth dkk, 2000 dalam Hindiarto, 2017). Karyawan yang bisa menyelesaikan tanggung jawabnya dengan baik maka akan mendapat *job satisfaction* seperti prospek promosi, pengakuan, dan tunjangan lainnya. Menurut Luthans et al. (2021), terdapat beberapa dimensi dalam *job satisfaction* yaitu pekerjaan itu sendiri, adanya kenaikan jabatan atau promosi, pengawasan, upah, serta *patner* kerja.

Menurut Baliartati (2016), kepuasan kerja dapat mengungkap perasaan, sikap, emosi positif yang berasal dari pengalaman kerja serta aspek-aspek yang ada di pekerjaannya. Apabila karyawan merasa puas atas pekerjaannya, maka karyawan tersebut akan merasa senang dan terbebas dari rasa tertekan sehingga akan menikmati pekerjaannya. Perasaan positif terkait hasil kerja merupakan bentuk ungkapan karyawan dalam menilai pekerjaannya baik secara individu maupun kelompok (Locke, 1969 dalam Sunarta, 2019). Karyawan yang merasa puas dapat memperkuat komitmen dan etos kerjanya dalam mencapai visi perusahaan. Begitu pula sebaliknya, apabila karyawan merasa tidak memperoleh beberapa penunjang dalam pelaksanaan kerja, maka kondisi tersebut dapat menimbulkan ketidakpuasan (*dissatisfaction*) pada pekerjaannya. Sebagai efek lanjutan dari situasi tersebut lambat laun akan mempengaruhi semangat dan hasil kerja baik secara kuantitas maupun kualitas (Ipekc & Irmak, 2009 dalam Sunarta, 2019).

Penelitian menunjukkan bahwa pergantian karyawan dapat diprediksi dengan menggunakan ukuran kepuasan kerja yang komprehensif (Lambert et al., 2001 dalam Ivanovic & Ivancevic, 2019). Penelitian yang dilakukan Hindiarto (2017) juga menunjukkan bahwa intensi *turnover*, dimana salah satu bentuknya ialah *job hopping* dipengaruhi oleh kepuasan kerja. Ketika karyawan memiliki tingkat kepuasan yang rendah, maka ada kecenderungan individu sering tidak hadir bahkan meninggalkan perusahaan (Luthans et al., 2021). Secara umum *job satisfaction* memiliki hubungan negatif dengan *job hopping* yaitu, kepuasan kerja yang tinggi dikaitkan dengan rendahnya pergantian karyawan (Susskind et al., 2000 dalam Ivanovic & Ivancevic, 2019). Namun hal ini justru tidak selaras dengan hasil *preliminary* yang peneliti dapatkan, dimana 75% dari 40 partisipan merasa pekerjaannya cenderung menyenangkan, 62.5% merasa pekerjaan tersebut menguntungkannya, 75% partisipan menikmati bekerja di tempat kerjanya yang sekarang, dan 65% merasa pekerjaannya baik-baik saja. Dalam mendukung data diatas, peneliti juga mewawancarai 4 partisipan dan didapatkan hasil sebagai berikut:

“Aku dulu iseng-iseng daftar di perusahaan yang sekarang. Yang sekarang oke sih dari segi gaji dan jenjang karir, tapi tetep mau pindah yang lain juga, mumpung masih muda” -(D, 32 tahun, laki-laki)

“Saya pribadi tidak mempermasalahkan kalau disebut kutu loncat kerja, karena emang kenyataannya gitu. Kalau ditanya pandangan ke kerjaan... Disini jenjang karir jelas, atasan dan rekan kerja juga asik, gaji lumayan banget. Tapi kalau ditanya pingin pindah atau engga, ya jawabannya pingin. -(A, 27 tahun, laki-laki)

“Sekarang aku jadi staff desain di salah rumah sakit swasta yang lumayan besar di Surabaya. Gaji, jenjang karir dan kompensasi lain oke sih, tapi aku pingin pindah” -(D, 31 tahun, perempuan)

“Overall aku puas sih, gaji ya lumayan lah buat usia se aku, rekan kerja baik, atasan juga baik banget.. dia sangat membimbing. Jadi alasan mau pindah lagi ya lebih kepada aku iseng aja sih, coba-coba berhadiah, siapa tau dapat yang lebih lagi, karena manusia ga pernah cukup ya” -(P, 36 tahun, perempuan)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, *job satisfaction* yang dirasakan oleh keempat partisipan tergolong dalam dimensi upah, supervisi, atau bimbingan dari atasan, promosi dan rekan kerja yang mendukung milik Luthans et al. (2021). Namun nyatanya kepuasan kerja yang dirasakan oleh partisipan tidak membuat karyawan menetap di suatu perusahaan. Secara umum apabila dapat disimpulkan berdasarkan *preliminary*, seharusnya karyawan dapat bertahan pada suatu perusahaan dalam waktu yang lama, namun yang terjadi adalah sebaliknya. Yang kedua, jika dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu, seharusnya karyawan dengan *job satisfaction* tinggi cenderung memiliki intensi *job hopping* yang rendah, namun kenyataannya tidak. Karyawan dengan *job satisfaction* yang tinggi memiliki intensi untuk *job hopping*.

Oleh karena itu, mengingat bahwa karyawan milenial merupakan generasi yang akan memimpin masa depan serta angkatan kerja yang mendominasi, perilaku *job hopping* sangat merugikan pihak perusahaan dan dirinya sendiri. Maka dari itu, peneliti tertarik karena masih belum banyak penelitian di Indonesia yang membahas kedua topik tersebut dan ingin membuktikan seberapa besar pengaruh *job satisfaction* terhadap intensi *job hopping* pada karyawan generasi milenial. Harapannya dengan adanya penelitian ini dapat membuat *job hopper* memahami apabila perilakunya merugikan perusahaan dan dirinya sendiri, serta pihak perusahaan dapat merancang strategi menarik agar karyawan merasa puas dan loyal untuk membantu perusahaan dalam mencapai visinya.

1.2 Batasan Masalah

Peneliti menetapkan beberapa batasan masalah penelitian, yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel yang digunakan peneliti yaitu *job satisfaction* dan intensi *job hopping*.
- b. Berfokus pada karyawan di Indonesia yang berusia 27 – 41 tahun yang pernah berganti profesi dan ada keinginan untuk berganti profesi lagi dalam masa kerja kurang dari 2 tahun.
- c. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan berfokus untuk menguji pengaruh *job satisfaction* terhadap intensi *job hopping* pada karyawan generasi milenial.

1.3 Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh antara *job satisfaction* terhadap intensi *job hopping* pada karyawan generasi milenial?

1.4 Tujuan Penelitian

Adanya penelitian ini bertujuan guna mengetahui pengaruh *job satisfaction* terhadap intensi *job hopping* pada karyawan generasi milenial.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan teoritik ilmu Psikologi terutama bidang minat industri dan organisasi mengenai *job satisfaction* serta intensi *job hopping*.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi karyawan milenial

Penelitian ini diharapkan bisa memperluas pengetahuan karyawan mengenai peran *job satisfaction* terhadap intensi *job hopping* pada generasi milenial. Selain itu, karyawan dapat melakukan berbagai upaya alternatif untuk menemukan kepuasan kerjanya sehingga dapat bertahan ditempat kerjanya.

- b. Bagi pimpinan perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi sekaligus dasar pertimbangan bagi pimpinan dalam merancang program maupun sistem yang dapat menumbuhkan serta mengoptimalkan *job satisfaction* karyawan untuk meminimalisir perilaku *job hopping*.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian pengaruh *job satisfaction* pada intensi *job hopping* karyawan generasi milenial diharapkan bisa memberikan informasi, dasar pengetahuan serta evaluasi kepada peneliti selanjutnya.