

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

Muhammad Fatahilla Ramadani¹

¹Program Studi Sarjana Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas, Padang
Email: 2110322023_m@student.unand.ac.id

Masuk: 07-09-2025, Revisi: 10-07-2025, Diterima untuk diterbitkan: 30-09-25

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*. *Self-perceived employability* adalah persepsi terhadap kemampuan untuk mempertahankan pekerjaan yang dimilikinya atau mendapatkan pekerjaan yang diinginkan (Rothwell & Arnold, 2007). 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 0.973. 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*

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. Self-perceived employability is perceptions of the ability to keep the job you have or get the job you want. 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 0.973. 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*

Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 (Francis & Hoefel, 2018), merupakan generasi termuda yang saat ini telah memasuki dunia kerja. Berdasarkan data Sensus BPS (2020), jumlah Generasi Z di Indonesia mencapai 71.5 juta jiwa dari total populasi 270.2 juta jiwa, menjadikannya sebagai kelompok usia produktif yang signifikan. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan digital yang dinamis, sehingga membentuk karakteristik unik dalam hal preferensi kerja, gaya komunikasi, serta orientasi terhadap pengembangan karier. Mereka cenderung mengutamakan fleksibilitas kerja, *work-life balance*, dan lingkungan kerja yang mendukung nilai-nilai pribadi, seperti keberagaman, kolaborasi, serta peluang pengembangan diri (Prayoga & Lajira, 2022; Supia et al., 2023).

Salah satu sektor pekerjaan yang menarik perhatian Generasi Z adalah perusahaan *start-up*. Perusahaan *start-up*, yang umumnya berbasis teknologi dan inovasi, dikenal memiliki budaya kerja yang fleksibel, struktur organisasi yang datar, dan ruang pertumbuhan yang luas (Fauziah et al., 2022; Akbar, 2022). Karakteristik ini sangat sesuai dengan ekspektasi Generasi Z terhadap lingkungan kerja yang adaptif dan progresif. Tak heran, data menunjukkan bahwa sekitar 45% Generasi Z memiliki minat untuk berkarier di sektor *start-up* (Akbar, 2022). Mereka tidak hanya mahir menggunakan teknologi, tetapi juga cenderung menyukai peran kerja yang otonom dan berdampak langsung terhadap organisasi (Kostoeva, 2023; Gopal, 2024).

Namun demikian, di balik citranya yang inovatif, perusahaan *start-up* juga menyimpan tantangan tersendiri. Banyak *start-up* belum mencapai stabilitas organisasi yang memadai, sehingga rawan terhadap perubahan model bisnis, risiko finansial, dan pemutusan hubungan kerja (Palekar et al., 2022; Fackler et al., 2021). Situasi ini menciptakan ketidakpastian kerja yang cukup tinggi dan menuntut karyawan, khususnya Generasi Z, untuk memiliki kapasitas adaptasi yang kuat agar dapat bertahan dan berkembang di lingkungan kerja yang fluktuatif. Dalam kondisi tersebut, kemampuan individu dalam memaknai dan mengelola peluang karier menjadi sangat krusial. Salah satu konsep penting dalam menghadapi tantangan ketidakstabilan kerja adalah *self-perceived employability*. Konsep ini mengacu pada persepsi individu terhadap kemampuannya untuk mempertahankan pekerjaan yang dimiliki atau mendapatkan pekerjaan yang diinginkan (Rothwell & Arnold, 2007). *Self-perceived employability* terdiri dari dua dimensi, yaitu *internal employability*, yakni keyakinan individu atas nilai dirinya di dalam organisasi saat ini, serta *external employability*, yaitu keyakinan terhadap daya saing dan kemampuannya di pasar tenaga kerja eksternal. Individu dengan tingkat *self-perceived employability* yang tinggi cenderung memiliki rasa percaya diri, komitmen terhadap pengembangan diri, serta kemampuan untuk menghadapi perubahan dan beradaptasi dengan dinamika pasar kerja (Lestari & Kusumaputri, 2017; Hakim, 2019; Noviati et al., 2024).

Studi sebelumnya telah meneliti *self-perceived employability* pada populasi mahasiswa Generasi Z (Nasa et al., 2022). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa merasa percaya diri terhadap kemampuannya dalam memperoleh dan mempertahankan pekerjaan. Namun, konteks mahasiswa tentu berbeda dengan karyawan yang sudah terjun langsung ke dunia kerja. Lingkungan kerja yang nyata menyajikan tantangan dan tekanan yang lebih kompleks dibandingkan dengan lingkungan akademik. Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan penelitian yang relevan untuk diangkat, yakni bagaimana gambaran *self-perceived employability* pada Generasi Z yang telah bekerja, khususnya di sektor *start-up* yang tidak stabil dan penuh ketidakpastian.

Berdasarkan uraian tersebut, perumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana gambaran *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up*? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh deskripsi yang komprehensif mengenai tingkat *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z, baik dari dimensi *internal* maupun *external employability*, dalam konteks perusahaan *start-up*. Penelitian ini memiliki urgensi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu psikologi industri dan organisasi, khususnya dalam kajian *employability* generasi muda di sektor kerja modern. Secara praktis, hasil penelitian dapat memberikan

wawasan kepada Generasi Z agar lebih siap menghadapi dinamika dunia kerja dan kepada perusahaan *start-up* agar dapat merancang strategi pengembangan SDM yang relevan dan berkelanjutan.

Rencana penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, menggunakan alat ukur *Self-Perceived Employability Scale* dari Rothwell dan Arnold (2007) yang telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia. Partisipan penelitian adalah karyawan Generasi Z berusia 18-29 tahun yang telah bekerja minimal 3 bulan di perusahaan *start-up*. Data dikumpulkan melalui metode *voluntary sampling* dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Penelitian ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan riset dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana Generasi Z memaknai dan mengevaluasi kapasitas mereka dalam mengelola karier di tengah ketidakstabilan lingkungan kerja modern.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif deskriptif, bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up*. Desain ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel, melainkan untuk mendeskripsikan karakteristik persepsi kemampuan kerja yang dimiliki oleh subjek dalam konteks kerja tertentu. Pengambilan data dilakukan secara daring (*online*) dengan menyebarkan tautan Google Form kepada partisipan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan LinkedIn. Penelitian dilaksanakan di Indonesia, dengan waktu pelaksanaan pengumpulan data utama pada tanggal 12 Februari hingga 13 Maret 2025. Penelitian ini menjangkau partisipan dari berbagai kota di Indonesia yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Partisipan

Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1995-2010 dan saat ini bekerja di perusahaan *start-up*. Kriteria inklusi untuk partisipan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (a) Berusia antara 18–29 tahun, (b) Karyawan tetap di perusahaan *start-up*, (c) Memiliki masa kerja minimal 3 bulan, dan (d) Bersedia menjadi responden secara sukarela (*voluntary sampling*).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *voluntary sampling*, di mana partisipan secara sukarela mengisi kuesioner yang disebarluaskan secara daring. Jumlah partisipan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebanyak 246 orang, yang dianggap telah memenuhi prinsip representativitas untuk studi deskriptif kuantitatif, serta memenuhi syarat dalam rumus perhitungan sampel Lemeshow (1997).

Pengukuran

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *self-perceived employability scale* yang dikembangkan oleh Rothwell dan Arnold (2007) dan telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh peneliti. Alat ukur ini digunakan untuk mengukur persepsi individu terhadap kemampuan mereka dalam mempertahankan pekerjaan yang dimiliki atau memperoleh pekerjaan yang diinginkan.

Skala ini terdiri dari 11 butir pernyataan, yang terbagi ke dalam dua dimensi yaitu *internal employability* yang terdiri dari 4 item yang mengukur persepsi individu atas nilai dirinya di dalam organisasi saat ini dan *external employability* yang terdiri dari 7 item yang mengukur persepsi daya saing individu di pasar kerja eksternal. Seluruh item menggunakan skala *Likert 5 poin*, dari 1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin tinggi pula tingkat *self-perceived employability* individu.

Sebelum digunakan, skala ini telah melalui proses adaptasi yang meliputi terjemahan, validasi isi oleh *expert judgement*, *back-translation*, serta uji coba kepada 60 partisipan. Hasil uji reliabilitas menunjukkan

bahwa skala ini memiliki reliabilitas yang sangat tinggi, dengan koefisien Alpha Cronbach sebesar 0.948 untuk dimensi *internal employability* dan 0.973 untuk dimensi *external employability*. Koefisien korelasi item-total seluruh butir juga berada di atas 0.30, menandakan bahwa semua item memiliki daya beda yang baik dan layak digunakan dalam penelitian.

Prosedur

Prosedur penelitian ini dilaksanakan melalui beberapa tahap sistematis sebagai berikut: (a) Tahap Persiapan Peneliti, melakukan identifikasi fenomena dan perumusan masalah, kemudian menyusun proposal penelitian dan mengadaptasi alat ukur dari Rothwell dan Arnold (2007). Proses adaptasi meliputi penerjemahan oleh penerjemah tersumpah dan ahli psikologi, diskusi dengan dosen pembimbing, serta validasi isi oleh dua dosen ahli. Kemudian (b) Tahap Uji Coba Alat Ukur, Uji coba alat ukur dilakukan pada tanggal 3-9 Februari 2025 kepada 60 karyawan. Sebelumnya, dilakukan juga uji keterbacaan pada 1-2 Februari 2025. Hasil uji reliabilitas dan daya beda *item* menunjukkan bahwa alat ukur valid dan reliabel. (c) Tahap Pengambilan Data, Pengambilan data utama dilakukan secara daring melalui Google Form mulai 12 Februari hingga 13 Maret 2025, dengan menyertakan *informed consent*, petunjuk pengisian, serta item pengukuran. Tautan survei disebarluaskan melalui media sosial dengan menyasar komunitas karyawan muda dan ekosistem *start-up*. Terakhir Tahap Pengolahan Data, Data yang telah terkumpul direkapitulasi dalam Microsoft Excel dan dianalisis menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 26. Analisis yang dilakukan adalah statistik deskriptif, dengan membagi skor *self-perceived employability* menjadi tiga kategori (tinggi, sedang, rendah) berdasarkan nilai mean dan standar deviasi hipotetik, mengacu pada pendekatan kategorisasi skala psikologis menurut Azwar (2021).

HASIL

Penelitian ini menganalisis tingkat *self-perceived employability* pada 246 karyawan Generasi Z yang bekerja di perusahaan *start-up*, dengan fokus pada dua dimensi utama: *internal employability* dan *external employability*. Data deskriptif disajikan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai sebaran kategori *employability* dalam populasi penelitian.

Gambaran Internal Employability pada Karyawan Generasi Z

Analisis terhadap dimensi *internal employability* menunjukkan hasil yang positif. Pada Tabel 1, skor empirik dimensi ini berkisar antara 6 hingga 20, dengan rata-rata (*mean*) sebesar 15,46 dan simpangan baku (*standard deviation*) sebesar 2,696. Skor rata-rata empirik ini lebih tinggi dibandingkan dengan skor rata-rata hipotetik yang diproyeksikan sebesar 12, mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, partisipan memiliki persepsi yang lebih positif terhadap nilai diri mereka di dalam organisasi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pengalaman nyata bekerja di perusahaan *start-up* cenderung mendukung pembentukan persepsi positif mengenai peran dan kontribusi individu dalam organisasi.

Tabel 1

Deskripsi Skor Hipotetik dan Empirik Dimensi Internal Employability

Dimensi	Minimum	Maksimum	Mean	SD
<i>Internal Employability</i>	6	20	15.46	2.696

Catatan: Skor minimum dan maksimum hipotetik masing-masing adalah 4 dan 20. SD = Simpangan baku; skor empirik menunjukkan rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan skor hipotetik (Mean = 12; SD = 2.6).

Kategorisasi tingkat internal employability disajikan pada Tabel 2, yang membagi responden ke dalam tiga kategori berdasarkan rentang nilai yang ditentukan dari mean dan simpangan baku hipotetik. Hasil menunjukkan bahwa sebanyak 165 individu (67%) berada pada kategori tinggi dengan skor $\geq 14,6$, sebanyak 72 individu (29,3%) berada pada kategori sedang dengan skor dalam rentang 9,4 hingga kurang dari 14,6, dan hanya 9 individu (3,7%) berada pada kategori rendah dengan skor kurang dari 9,4. Sebaran distribusi ini sangat condong ke arah kategori tinggi, menunjukkan bahwa mayoritas karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up* memiliki keyakinan yang kuat terhadap nilai dan signifikansi mereka dalam organisasi tempat mereka bekerja saat ini.

Tabel 2

Kategorisasi Tingkat Internal Employability

Kategori	Rentang Nilai	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	$X < 9.4$	9	3.7%
Sedang	$9.4 \leq X < 14.6$	72	29.3%
Tinggi	$X \geq 14.6$	165	67%
Total		246	100%

Catatan: Rentang nilai didasarkan pada nilai mean dan standar deviasi hipotetik ($Mean = 12, SD = 2.6$) Internal employability berada pada kategori tinggi.

Gambaran External Employability pada Karyawan Generasi Z

Pada Tabel 3, dimensi *external employability* menampilkan statistik deskriptif dengan skor empirik yang berkisar dari 14 hingga 35, dengan rata-rata sebesar 27,52 dan simpangan baku sebesar 4,58. Dibandingkan dengan skor rata-rata hipotetik sebesar 21, nilai empirik yang lebih tinggi mengindikasikan bahwa partisipan secara keseluruhan memiliki persepsi yang positif dan optimis terhadap daya saing serta kemampuan mereka dalam pasar tenaga kerja eksternal. Perbedaan tersebut menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang substansial di antara responden berkenaan dengan prospek karier mereka di luar organisasi saat ini.

Tabel 3

Deskripsi Skor Hipotetik dan Empirik Dimensi External Employability

Dimensi	Minimum	Maksimum	Mean	SD
<i>External Employability</i>	14	35	27.52	4.58

Catatan: Skor minimum dan maksimum hipotetik adalah 7 dan 35. Mean hipotetik = 21 dan SD = 4.6.

Kategorisasi tingkat external employability pada Tabel 4 mengungkapkan distribusi yang juga sangat positif. Sebanyak 172 individu (69,9%) masuk ke dalam kategori tinggi dengan skor $\geq 25,6$, sebanyak 70 individu (28,5%) berada pada kategori sedang dengan skor dalam rentang 16,4 hingga kurang dari 25,6, dan hanya 4 individu (1,6%) berada pada kategori rendah dengan skor kurang dari 16,4. Hampir tujuh puluh persen partisipan menunjukkan tingkat *external employability* yang tinggi, mencerminkan keyakinan yang kuat terhadap kemampuan mereka untuk memperoleh pekerjaan yang diinginkan di pasar kerja yang lebih luas, baik di dalam maupun di luar sektor *start-up*.

Tabel 4

Kategorisasi Tingkat External Employability

Kategori	Rentang Nilai	Frekuensi (f)	Persentase (%)
----------	---------------	---------------	----------------

Rendah	$X < 16.4$	4	1.6%
Sedang	$16.4 \leq X < 25.6$	70	28.5%
Tinggi	$X \geq 25.6$	172	69.9%
Total		246	100%

Catatan: Rentang nilai ditentukan berdasarkan perhitungan mean dan SD hipotetik ($Mean = 21$; $SD = 4.6$). *External employability* berada pada kategori tinggi.

Integrasi hasil dari kedua dimensi menunjukkan bahwa mayoritas karyawan Generasi Z di perusahaan *start-up* memiliki tingkat *self-perceived employability* yang tergolong tinggi. Baik pada dimensi *internal employability* (67%) maupun *external employability* (69,9%), proporsi partisipan dalam kategori tinggi mendominasi sebaran data. Temuan ini mengindikasikan bahwa Generasi Z yang bekerja di sektor *start-up* memiliki persepsi positif dan optimis terhadap kemampuan mereka, baik dalam mempertahankan posisi di organisasi saat ini maupun dalam menghadapi tantangan pencarian pekerjaan di pasar tenaga kerja yang lebih kompetitif. Pola ini konsisten di antara kedua dimensi, meskipun tingkat *external employability* menunjukkan proporsi yang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan *internal employability*, mengisyaratkan bahwa partisipan mungkin merasa lebih percaya diri terhadap peluang eksternal mereka dibandingkan dengan persepsi nilai mereka di dalam organisasi.

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *self-perceived employability* pada karyawan Generasi Z yang bekerja di perusahaan *start-up*, dengan menelaah dua dimensi utama: *internal employability* dan *external employability*. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas partisipan memiliki tingkat *employability* yang tergolong tinggi, baik pada dimensi internal (67%) maupun eksternal (69,9%). Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar karyawan Generasi Z yang bekerja di *start-up* memiliki keyakinan yang kuat terhadap kapasitas mereka dalam mempertahankan posisi saat ini maupun memperoleh pekerjaan baru di luar perusahaan.

Interpretasi lebih lanjut terhadap hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas karyawan Generasi Z memiliki persepsi positif terhadap keberdayagunaan mereka di dalam organisasi. Hal ini dapat diartikan bahwa mereka merasa diakui, bernilai, serta memiliki posisi yang cukup strategis dalam tim atau departemen kerja mereka. Dalam konteks perusahaan *start-up* yang biasanya menganut struktur kerja datar (*flat structure*) dan fleksibel, individu memiliki lebih banyak ruang untuk menunjukkan peran dan kontribusi secara langsung, yang secara tidak langsung meningkatkan persepsi akan *internal employability*.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Noviaty et al. (2024), yang menemukan bahwa persepsi terhadap nilai diri di tempat kerja cenderung tinggi ketika individu diberi kepercayaan untuk mengambil keputusan dan terlibat aktif dalam proses kerja. Demikian pula, studi oleh Rothwell dan Arnold (2007) menjelaskan bahwa *internal employability* meningkat seiring dengan adanya umpan balik positif dan pengakuan dari atasan terhadap kontribusi individu. Temuan penelitian ini mendukung literatur tersebut dan memperkuat pemahaman bahwa perusahaan *start-up*, meskipun belum sepenuhnya stabil, tetap menyediakan peluang keterlibatan aktif yang berkontribusi pada persepsi *employability* internal karyawan.

Namun demikian, bila dibandingkan dengan studi oleh Nasa et al. (2022) yang meneliti *employability* pada mahasiswa Generasi Z, rata-rata skor dalam penelitian ini menunjukkan tingkat yang sedikit lebih realistis dan terukur. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan konteks antara dunia akademik dan dunia kerja, di mana pengalaman nyata bekerja memungkinkan individu menilai kemampuan mereka secara lebih konkret.

Tingginya tingkat *external employability* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki keyakinan yang tinggi terhadap daya saing mereka di pasar kerja eksternal. Hal ini dapat dipengaruhi oleh karakteristik Generasi Z yang terbiasa mengakses informasi secara cepat, memiliki eksposur terhadap peluang karier dari berbagai platform digital, serta memiliki keterampilan teknologi yang dianggap relevan di era ekonomi digital.

Temuan ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Hakim (2019) dan Lestari dan Kusumaputri (2017), yang menyebutkan bahwa individu dengan tingkat literasi karier yang baik dan keterlibatan dalam aktivitas pengembangan diri (misalnya pelatihan, kursus daring, atau *networking*) cenderung memiliki persepsi yang positif terhadap peluang kerja eksternal. Kesesuaian antara kompetensi yang dimiliki dengan kebutuhan pasar kerja juga menjadi faktor yang meningkatkan kepercayaan diri dalam mencari pekerjaan baru.

Namun, tingginya persepsi terhadap *external employability* ini perlu dipertimbangkan secara hati-hati. Dalam beberapa kasus, persepsi tersebut bisa saja merupakan bentuk *overestimation*—terutama mengingat bahwa sebagian besar partisipan dalam penelitian ini masih berada pada tahap awal karier, yaitu bekerja sebagai staf dengan masa kerja antara 6 bulan hingga 1 tahun, dan bagi banyak dari mereka merupakan pengalaman kerja pertama. Kemungkinan adanya bias optimisme terhadap peluang kerja eksternal menjadi catatan penting yang memerlukan eksplorasi lebih lanjut dalam penelitian mendatang.

Keunggulan dari penelitian ini terletak pada konteks partisipan yang unik dan relevan, yakni Generasi Z yang telah bekerja secara profesional di perusahaan *start-up*. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang berfokus pada mahasiswa atau pencari kerja, penelitian ini mengkaji subjek yang telah terjun langsung ke dunia kerja, sehingga memberikan gambaran yang lebih nyata dan kontekstual terkait *employability*. Selain itu, pendekatan kuantitatif deskriptif yang digunakan memberikan gambaran distribusi kategori *employability* secara sistematis, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengambilan kebijakan dalam manajemen SDM, khususnya di perusahaan *start-up* yang ingin mempertahankan talenta muda.

Meski demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, teknik *sampling* yang digunakan adalah *voluntary sampling*, sehingga rentan terhadap bias partisipasi, di mana individu yang percaya diri terhadap kemampuan kerjanya lebih cenderung mengisi survei. Kedua, penelitian ini belum menguji faktor-faktor prediktor atau determinan dari *employability*, seperti persepsi lingkungan kerja, dukungan organisasi, atau personal branding, yang dapat menjadi arah penelitian lanjutan. Ketiga, data diperoleh melalui laporan diri (*self-report*), sehingga sangat bergantung pada persepsi subjektif partisipan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 246 karyawan Generasi Z yang bekerja di perusahaan *start-up*, dapat disimpulkan bahwa mayoritas partisipan memiliki tingkat *self-perceived employability* yang tergolong tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan mereka dalam mempertahankan pekerjaan yang dimiliki maupun dalam memperoleh pekerjaan baru di luar organisasi saat ini. Pada dimensi *internal employability*, sebesar 67% partisipan berada pada kategori tinggi, yang mencerminkan bahwa mereka merasa memiliki peran dan kontribusi yang penting dalam organisasi tempat mereka bekerja. Hal ini mengindikasikan bahwa lingkungan kerja *start-up* yang cenderung terbuka dan fleksibel memungkinkan Generasi Z untuk merasa dihargai dan bernilai. Sementara itu, pada dimensi *external employability*, sebanyak 69.9% partisipan juga berada pada kategori tinggi. Ini menunjukkan bahwa Generasi Z merasa yakin akan daya saing dan kompetensi yang mereka miliki dalam menghadapi pasar kerja eksternal. Persepsi ini kemungkinan dipengaruhi oleh tingginya literasi digital, akses terhadap peluang karier melalui berbagai platform online, serta keaktifan dalam mengikuti pelatihan atau kegiatan pengembangan diri lainnya.

Hasil penelitian ini memberikan sejumlah implikasi, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur psikologi industri dan organisasi, khususnya dalam memahami fenomena *self-perceived employability* pada generasi muda yang telah bekerja secara profesional. Tidak seperti penelitian sebelumnya yang sebagian besar berfokus pada mahasiswa atau pencari kerja, studi ini menyoroti pengalaman nyata karyawan Generasi Z di lingkungan kerja yang dinamis dan menantang seperti perusahaan *start-up*. Secara praktis, hasil ini dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen perusahaan untuk menyusun strategi pengembangan sumber daya manusia yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan generasi muda, misalnya dengan menyediakan pelatihan karier, mentoring, maupun jalur pengembangan kompetensi yang jelas. Selain itu, hasil penelitian ini juga relevan bagi Generasi Z itu sendiri dalam upaya meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengembangan kapasitas kerja secara berkelanjutan. Terakhir, bagi institusi pendidikan dan pembuat kebijakan ketenagakerjaan, temuan ini dapat dijadikan dasar untuk merancang program intervensi atau pelatihan yang mendukung kesiapan kerja generasi muda secara lebih kontekstual dan sesuai dengan tuntutan era digital.

REFERENSI

- 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>
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Sensus Penduduk 2020*. BPS.
- Fackler, D., Hölscher, L., Schnabel, C., & Weyh, A. (2021). Does working at a *start-up* pay off? *Small Business Economics*, 58(4), 2211–2233. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00360-7>
- 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.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Gopal, D. (2024). Redefining work purpose: An empirical analysis of meaningful work for Generation Z employees. *International Journal of Human Resource Studies*, 14(1), 1–15. <https://doi.org/10.5296/ijhrs.v14i1.20000>
- Hakim, A. F. L. (2019). Hubungan self-perceived employability dengan komitmen organisasi pada karyawan Generasi Y. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 112–123.
- 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>
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Gadjah Mada University Press.
- Kostoeva, D. (2023). The psychological contract in *start-up* work environments: Gen Z expectations and organizational responses. *Journal of Organizational Psychology*, 23(1), 55–70. <https://doi.org/10.33423/jop.v23i1.5902>
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). Adequacy of sample size in health studies. *World Health Organization*.
- 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>

- 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.
- 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), 101–115.
- Palekar, S., Pardhi, A., & Jindal, S. (2022). *Indian Business Case Studies Volume VIII*. Oxford University Press.
- Prayoga, R. A., & Lajira, T. (2022). Strategi pengembangan kualitas SDM generasi millennial dan generasi Z dalam menghadapi persaingan global Era 5.0. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 41(2), 133–145.
- 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>
- Supia, I., Hadi, C., & Fajrianti, 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>