

**FENOMENA *JOB HOPPING* PADA KARYAWAN
PERUSAHAAN *STARTUP* STICKEARN**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH:
SHERLY SEPTIANI
07021182126011**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

FENOMENA *JOB HOPPING* PADA KARYAWAN PERUSAHAAN *STARTUP* STICKEARN

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Sosiologi

Oleh :

SHERLY SEPTIANI

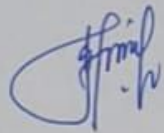
07021182126011

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal,

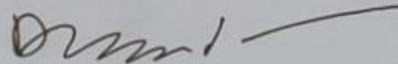
Gita Isyanawulan, S.Sos., Ma.
NIP. 198611272015042003



Senen, 20 Juli 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sosiologi,



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

FENOMENA *JOB HOPPING* PADA KARYAWAN DI PERUSAHAAN

STARTUP STICKEARN

Skripsi

SHERLY SEPTIANI

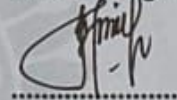
07021182126011

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 11 September 2025

Pembimbing :

Gita Isyanawulan, S.Sos.,M.A.
NIP. 198611272015042003

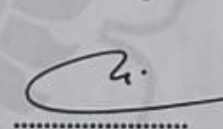
Tanda Tangan



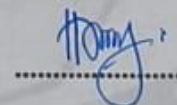
Penguji :

1. Dr. Vieronica Varbi Sununianti, S.Sos,
M.Si.
NIP. 198605312008122004

Tanda Tangan



2. Febrimaharani Malinda, S.Sos.,M.A.
NIP. 198602112020122006



Mengetahui,

Dekan
Fakultas FISIP

Dr. Ardiyan Saptawan.,M.Si
NIP. 196511171990031004

Ketua Jurusan

Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sherly Septiani
NIM : 07021182126011
Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi saya yang berjudul "*Fenomena Job Hopping pada Karyawan di perusahaan Startup Sticearn*." ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya diatas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, Juli 2025



Sherly Septiani
NIM. 07021182126011

KATA PENGANTAR



Puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan (skripsi) yang berjudul **“FENOMENA JOB HOPPING PADA KARYAWAN PERUSAHAAN STARTUP STICKEARN”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Strata 1 (S-1) Universitas Sriwijaya.

Dalam Penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini. Melalui kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, sebagai wujud rasa Syukur atas kemudahan dan kelancaran yang diberikan dalam penulisan dan penyusunan skripsi
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Sriwijaya beserta jajarannya.
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajarannya.
4. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Gita Isyanawulan, S.Sos., M.A., selaku Dosen Pembimbing sekaligus Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Ibu Febrimarani Malsinda, S.Sos., M.A., selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa memberikan pengarahan serta motivasi akademik kepada penulis.

7. Seluruh dosen dan staf serta karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah membantu penulis selama masa studi.
8. Mbak Yuni Yunita, S.Sos., selaku admin jurusan yang selalu siap siaga membantu dalam mengurus administrasi.
9. Terutuk mamaku tercinta, mama Sulistiawati yang hebat luar biasa yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat menghadapi kerasnya dunia ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk beliau. Terima kasih banyak sudah melahirkan, berjuang sekuat tenaga untuk memberikan kehidupan yang layak untuk penulis, kerja keras dan menjadi tulang punggung keluarga hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan bisa berada di posisi ini. Sehat selalu dan panjang umur karena mama harus selalu ada disetiap perjuangan dan pencapaian hidup penulis.
10. Terutuk papaku tercinta, alm. Papa Halim Junaedi, yang sudah tiada sebelum melihat proses penulis dalam perjalanan Pendidikan ini. Ketidakhadiran beliau dalam proses akhir Pendidikan ini menjadi kesedihan tersendiri bagi penulis. Namun, segala doa dan pengorbanan beliau tetap menjadi sumber semangat yang menguatkan penulis hingga ditahap ini.
11. Kepada adik penulis Fitri Rahmadani terima kasih atas semangat, canda tawa, serta kebersamaan yang menjadi sumber kekuatan tersendiri bagi penulis dalam menghadapi masa-masa sulit selama perkuliahan.
12. Kepada seseorang yang istimewa, Raydinata Irza Arasta, terima kasih atas kehadiran, doa, dukungan, dan kesabaran yang telah menemani penulis di setiap proses perjalanan ini. Terima kasih telah menjadi teman berbagi dalam suka dan duka, serta menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Keluarga besar papa saya Cece Widia, Iie, dan Erna, yang selalu memberikan dukungan dan doa dengan penuh kasih sepanjang perjalanan ini.
14. Keluarga besar yang selalu menjadi tempat pulang penuh kehangatan Mama Maliha, Papa Aji, Nenek Penulis, Gede Bikjut, Gede Lam, Uju, Aldi, Tante Merry, dan Ayah Sukur, yang dengan penuh ketulusan telah membantu dan mendampingi penulis, termasuk dalam proses bimbingan dan berbagai kebutuhan akademik lainnya.

15. Untuk semua informan perusahaan karyawan Startup Sticlearn yang telah bersedia membantu penulis dalam memberikan informasi penelitian ini.
16. Kepada teman-teman saya di layo terima kasih telah selalu memberikan support yang selama perkuliahan saya, khususnya untuk teman saya yang telah memberikan informasi penelitian ini.
17. Kepada Apri dan Sasa terima kasih telah bersedia menemani suka dan duka serta menjadi penyemangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
18. Segenap teman-teman mahasiswa Sosiologi Angkatan 2021, yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu. Terima kasih atas cerita dan pengalaman yang telah dibuat.
19. Sherly Septiani, diri saya sendiri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Untuk segala lelah yang tidak terlihat, air mata yang jatuh diam-diam, dan langkah kecil yang tetap kamu ambil meski berat dalam menjalani perjalanan ini. Tetap menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba.
God thank you for being me independent women, I know there are more great ones but I'm proud of this achievement.

Indralaya, 15 September 2025

Penulis

Sherly Septiani
NIM 07021182126011

ABSTRAK

FENOMENA *JOB HOPPING* PADA KARYAWAN DI PERUSAHAAN *STARTUP* STICKEARN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan dan tujuan karyawan muda melakukan *job hopping* serta makna yang mereka berikan terhadap pengalaman tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan strategi fenomenologi Alfred Schutz. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan karyawan startup Stickearn yang memiliki riwayat *job hopping*, serta dokumentasi dan studi pustaka pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua motif utama yang melatarbelakangi tindakan *job hopping*. Pertama, *because of motive* (motif sebab) meliputi ketidaksesuaian gaji dengan beban kerja, lingkungan kerja yang tidak kondusif, serta ketidakstabilan perusahaan. Kedua, *in order motive* (motif tujuan) meliputi pencarian keseimbangan hidup (*work-life balance*), pengembangan karier, serta eksplorasi pengalaman baru. Lebih jauh, *job hopping* dimaknai oleh karyawan startup Stickearn sebagai upaya menemukan nilai kerja (*work value*) yang sesuai dengan harapan pribadi, sekaligus sarana membangun identitas diri sebagai profesional muda yang bebas, diakui, dan memiliki arah karier jelas. Penelitian ini adalah bahwa *job hopping* tidak hanya dipahami sebagai bentuk ketidakloyalan terhadap perusahaan, tetapi juga sebagai strategi adaptif generasi muda untuk mencapai keseimbangan hidup, memperluas pengalaman, dan menjaga konsistensi identitas dalam dunia kerja yang dinamis.
Kata Kunci : Fenomena, *Job hopping*, Karyawan Startup Stickearn

Indralaya, September 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing

Gita Isyanawulan, S.Sos.,M.A.
NIP. 198611272015042003

**Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**

Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si.
NIP. 198002112003122003

ABSTRACT
THE PHENOMENON OF JOB HOPPING AMONG EMPLOYEES OF
STICKEARN STARTUP COMPANY

This study aims to determine the reasons and goals of young employees job-hopping and the meanings they attach to the experience. The research method used is descriptive qualitative with Alfred Schutz's phenomenological strategy. Data were obtained through in-depth interviews with employees of the Stickearn startup who have a history of job-hopping, as well as supporting documentation and literature review. The results indicate two main motives behind job-hopping. First, the because-of motive (motive because of), which includes a mismatch in salary with workload, an uncondusive work environment, and company instability. Second, the in-order motive (motive purpose) includes the search for work-life balance, career development, and exploration of new experiences. Furthermore, job-hopping is interpreted by Stickearn startup employees as an effort to find work values that align with personal expectations, as well as a means of building self-identity as young professionals who are free, recognized, and have a clear career path. This study concludes that job-hopping is not only understood as a form of disloyalty to the company, but also as an adaptive strategy for the younger generation to achieve life balance, broaden experiences, and maintain identity consistency in a dynamic workplace.

Keywords: Phenomenon, Job hopping, Stickearn Startup Employees.

Indralaya, September 2025

Approved by

Advisor

Gita Isyanawulan, S.Sos.,M.A.
NIP. 198611272015042003

Head Of Department of Sociology
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University

Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si.
NIP. 198002112003122003

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Umum	9
1.3.2 Tujuan Khusus.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kerangka Pemikiran.....	16
2.2.1 Fenomena <i>Job Hopping</i>	16
2.2.2 Karyawan	17
2.2.3 Fenomenologi Alfred Schutz	18
2.3 Bagan Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.2 Lokasi Penelitian.....	24
3.3 Strategi Penelitian	25
3.4 Fokus Penelitian	26
3.5 Jenis dan Sumber Data	27

3.6 Penentuan Informan	28
3.7 Peranan Peneliti.....	29
3.8 Unit Analisis Data	29
3.9 Teknik Pengumpulan Data	30
3.10 Teknik Keabsahan Data.....	31
3.11 Teknik Analisis Data	32
3.12 Jadwal Penelitian.....	33
BAB IV GAMBARAN DAN LOKASI PENELITIAN	34
4.1 Sejarah <i>Startup Sticearn</i>	34
4.2 Letak Geografis <i>Startup Sticearn</i>	37
4.3 Visi dan Misi Perusahaan <i>Startup Sticearn</i>	37
4.4 Organisasi Perusahaan <i>Startup Sticearn</i>	38
4.5 Gambaran Informan	38
4.5.1 Informan Utama	38
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	42
5.1 Fenomena <i>Job Hopping</i> pada perusahaan <i>Startup Sticearn</i>	43
5.2 Pengalaman Karyawan Perusahaan <i>Startup Sticearn</i>	47
5.2.1 <i>Because Of Motive</i>	53
5.2.2 <i>In Order to Motive</i>	63
5.3 Makna fenomena <i>job hopping</i> pada karyawan perusahaan <i>startup Sticearn</i>	83
BAB VI PENUTUP	94
6.1 Kesimpulan	94
6.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	100
PEDOMAN WAWANCARA	100
TRANSKRIP WAWANCARA.....	102
INFORMAN PENDUKUNG.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Frekuensi <i>job hopping</i> karyawan perusahaan <i>startup</i> Stickearn berdasarkan hasil survei tahun 2025	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian	26
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	33
Tabel 4. 1 Data Informan Utama Penelitian	39
Tabel 4. 2 Data Informan Pendukung Penelitian	40
Tabel 5. 1 Because Of Motive Karyawan Perusahaan Startup Stickearn	61
Tabel 5. 2 In Order to Motive Karyawan Perusahaan Startup StickEarn.....	79
Tabel 5. 3 Riwayat Perpindahan Kerja dan Sistem Kerja Informan	81
Tabel 5. 4 Makna fenomena <i>job hopping</i> Karyawan Perusahaan Startup Stikeran	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ranking pertumbuhan startup Se-Asia Tenggara.....	1
Gambar 1. 2 Alasan generasi sering resign	3
Gambar 1. 3 Frekuensi intensitas berpindah-pindah kerja dalam waktu singkat tahun 2025	5
Gambar 1. 4 Frekuensi jumlah perpindahan kerja dalam 2 tahun terakhir sebelum bergabung dengan Sticearn	6
Gambar 4. 1 Perjalanan Sticearn	36
Gambar 5. 1 Pola Perpindahan Kerja Job Hopping Pada Karyawan Perusahaan Startup Sticearn	45

BAB I

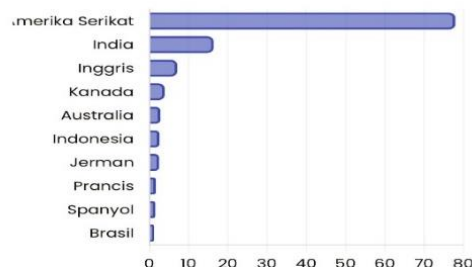
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mendorong lahirnya berbagai perusahaan rintisan *startup*. *Startup* merupakan usaha baru yang masih berada dalam tahap pengembangan untuk menemukan pangsa pasar dan mengembangkan produk (Ferdiansyah et al., 2022). Pertumbuhan *startup* yang signifikan bukan hanya menunjukkan kemajuan inovasi, tetapi juga memiliki keterkaitan dengan kondisi sosial dan ketenagakerjaan.

Menurut laporan *startup* ranking GoodStats (2024), pada 11 Januari 2024 jumlah *startup* di Indonesia mencapai 2.562 dan menempatkan Indonesia di peringkat pertama dengan jumlah *startup* terbanyak di Asia Tenggara. Data ini memperlihatkan bahwa ekosistem *startup* di Indonesia berkembang pesat dan memberikan peluang terciptanya lapangan kerja baru.

Gambar 1. 1 Ranking pertumbuhan *startup* Se-Asia Tenggara



Sumber : GoodStats (2024)

GoodStats

Berdasarkan Gambar 1.1, posisi Indonesia sebagai negara dengan jumlah *startup* terbanyak di Asia Tenggara menunjukkan potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja berbasis digital. Namun, pertumbuhan yang cepat ini juga menimbulkan tantangan sosial, seperti meningkatnya pola kerja kontrak jangka pendek, ketidakpastian karier, dan potensi ketimpangan antara pekerja di sektor digital dengan sektor tradisional. Perkembangan *startup* perlu dilihat tidak hanya

dari sisi pertumbuhan ekonomi dan teknologi, tetapi juga dari dampaknya terhadap kesejahteraan tenaga kerja serta dinamika sosial masyarakat.

Generasi Z yang lahir di era digital memiliki karakteristik unik dalam memandang pekerjaan. Mereka tumbuh dengan akses luas terhadap teknologi, informasi, serta tren global, sehingga cara mereka melihat dunia kerja berbeda dengan generasi sebelumnya. Jika generasi sebelumnya menilai pekerjaan terutama dari sisi stabilitas ekonomi, maka Gen Z lebih memandang pekerjaan sebagai sarana menunjukkan jati diri, membangun citra, serta menegaskan identitas mereka sebagai bagian dari generasi modern. Pandangan ini sangat memengaruhi pilihan mereka dalam menentukan tempat bekerja, dan salah satu yang paling banyak menarik minat adalah perusahaan rintisan atau *startup* (Zaky et al., 2018)

Salah satu alasan kuat mengapa Gen Z tertarik pada *startup* adalah citranya yang lekat dengan dunia internasional. Banyak *startup* Indonesia memiliki hubungan dengan investor global, bekerja sama dengan mitra luar negeri, bahkan ada yang sudah berkembang menjadi perusahaan teknologi berskala regional hingga internasional. Bagi Gen Z, hal ini sangat menarik karena mereka merasa bisa menjadi bagian dari sesuatu yang besar dan berkelas dunia. Bekerja di *startup* bukan hanya dianggap sebagai pekerjaan, tetapi juga sebagai kesempatan membangun koneksi internasional dan meningkatkan daya saing diri mereka di pasar global (Ferdiansyah et al., 2022).

Gen Z menilai bahwa budaya kerja di *startup* jauh lebih dekat dengan gaya hidup mereka. Lingkungan kerja *startup* identik dengan suasana santai, gaya berpakaian kasual, ruang kerja kreatif, hingga adanya aktivitas hiburan yang membuat kesan “banyak mainnya.” Kondisi ini sejalan dengan karakter Gen Z yang tidak suka terlalu kaku dan formal dalam bekerja. Mereka ingin pekerjaan terasa menyenangkan, penuh ide baru, dan memungkinkan adanya interaksi sosial yang cair dengan rekan kerja. Oleh karena itu, suasana kerja di *startup* membuat mereka merasa lebih nyaman sekaligus bisa mengekspresikan diri dengan bebas. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah adanya unsur gengsi atau prestise. Bagi Gen Z, bekerja di *startup* yang dikenal inovatif dan populer memberikan kebanggaan tersendiri. Identitas mereka sebagai karyawan *startup* dianggap dapat menaikkan

nama dan memperkuat citra di lingkungan sosial maupun professional (Humaira et al., 2024).

Gambaran ideal yang melekat pada *startup* tidak selalu sejalan dengan kenyataan. Di balik kesan modern, kreatif, dan bergengsi, *startup* tetap menuntut pekerja muda untuk menghadapi target tinggi, persaingan ketat, dan risiko kegagalan yang besar. Gen Z yang awalnya masuk dengan motivasi membangun nama dan mengejar pengalaman sering kali dihadapkan pada tekanan kerja yang berat. Jika perusahaan tidak mampu memberikan dukungan melalui penghargaan yang adil, komunikasi terbuka, dan jalur karier yang jelas, maka masalah seperti stres, *burnout*, hingga rendahnya komitmen kerja bisa muncul. Kondisi ini pada akhirnya menjadi persoalan serius dalam ketenagakerjaan di era digital (Pratama et al., 2021).

Kondisi tersebut membuat sebagian anggota Generasi Z tidak hanya memikirkan bagaimana mereka memasuki dunia kerja, tetapi juga bagaimana mereka mengambil keputusan untuk bertahan atau keluar dari tempat kerja yang sedang dijalani. Keputusan untuk mengundurkan diri umumnya lahir dari evaluasi terhadap kesesuaian antara harapan pribadi dengan realitas yang mereka alami sehari-hari. Dalam konteks ini, berpindah pekerjaan sering kali dipandang sebagai jalan untuk menemukan lingkungan yang lebih selaras dengan nilai, kebutuhan, dan tujuan mereka.

Gambar 1. 2 Alasan generasi sering *resign*



Sumber: Jajak Pendapat (JakPat)

GoodStats

Sumber : GoodStats (2024)

Faktor yang mendorong generasi muda dalam mengambil keputusan berpindah pekerjaan sebagian besar berkaitan dengan imbalan yang dirasa belum sepadan dengan beban dan tanggung jawab. Ketika kompensasi dan penghargaan tidak mencerminkan kontribusi yang diberikan, banyak pekerja muda menilai pindah kerja sebagai jalan untuk memenuhi kebutuhan finansial dan pengakuan atas kinerja. Dari ketidakpuasan terhadap imbalan ini muncul dorongan lain, seperti adanya tawaran pekerjaan yang lebih baik dan keinginan untuk mengeksplorasi pilihan karier. Kesempatan dengan kompensasi lebih layak, posisi strategis, atau jalur pengembangan yang jelas sering menjadi pemicu keputusan untuk berpindah. Selain itu, tuntutan kerja yang berlebihan misalnya jam kerja panjang, target yang berat, multitugas, dan kurangnya apresiasi serta ketidakjelasan jalur karier dan suasana kerja yang tidak sehat, juga mempercepat keputusan *resign*. Dalam banyak kasus, keluar dari pekerjaan dipandang sebagai langkah realistis untuk menjaga keseimbangan hidup dan kesejahteraan psikologis.

Alasan tersebut pada akhirnya tidak hanya berhenti pada keputusan individu untuk meninggalkan pekerjaan, melainkan juga membentuk pola mobilitas yang lebih luas di kalangan pekerja muda. Pola perpindahan kerja inilah yang kemudian dikenal sebagai *job hopping*, yang dalam konteks generasi Z dipahami sebagai respons terhadap ketidakselarasan antara harapan dengan realitas kerja, sekaligus sebagai cara untuk mencari kesempatan yang dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan dan nilai yang mereka miliki.

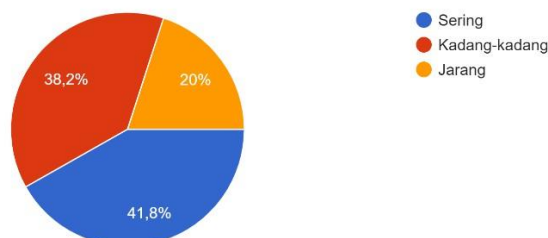
Perilaku ini disebut *hobo syndrome* yang dikemukakan Ghiselli (1974), yakni kecenderungan individu untuk berpindah pekerjaan secara berulang karena dorongan yang lahir dari ketidakpuasan atau keinginan menemukan kondisi yang lebih baik. Jika pada masa lalu kecenderungan tersebut sering dianggap sebagai penyimpangan dari loyalitas organisasi, pada generasi Z pola ini justru semakin diterima sebagai strategi adaptif dalam mencapai keseimbangan hidup dan kepuasan kerja (Geraldine et al., 2024). Hal ini menunjukkan adanya transformasi norma kerja di masyarakat modern, di mana fleksibilitas dan kebebasan dalam membangun karier semakin dihargai daripada keterikatan jangka panjang pada satu organisasi.

Dalam konteks perusahaan rintisan, *job hopping* muncul sebagai gejala sosial yang erat dengan dinamika industri digital dan perubahan ekspektasi tenaga kerja muda. Mobilitas yang tinggi di kalangan generasi ini menuntut perusahaan untuk lebih memperhatikan keadilan kompensasi, jalur pengembangan karier, serta iklim kerja yang mendukung agar mampu mempertahankan talenta terbaik di tengah persaingan yang semakin ketat.

Karyawan, sebagian besar merupakan bagian dari generasi z, juga tidak terlepas dari fenomena *job hopping*. Sebagai kelompok yang sering melakukan berpindah-pindah kerja dengan waktu yang cukup relatif singkat, banyak karyawan muda yang datang dan pergi, dengan berbagai alasan seperti ingin mencari gaji lebih tinggi, suasana kerja yang lebih nyaman, atau peluang karir yang lebih jelas. *Startup Sticearn*, sebagai salah satu perusahaan di Jakarta Pusat, ikut terpengaruh oleh *job hopping*. *Startup Sticearn* sendiri merupakan perusahaan bergerak di bidang teknologi dan pemasaran digital, *Sticearn* memperkerjakan banyak talenta generasi muda yang inovatif. Dinamika tinggi di sektor *startup* sering kali membuat *startup Sticearn* turut merasakan dampak dari perkembangan fenomena *job hopping*. Berdasarkan data terbaru dari LinkedIn, jumlah karyawan di Perusahaan *Startup Sticearn* diperkirakan sekitar 213 orang. Observasi awal yang telah dilakukan di perusahaan *startup Sticearn* melalui pengisian *Google Form* yang disebarakan pada tanggal 9 Mei 2025 hingga 12 Mei 2025.

Gambar 1. 3 Frekuensi intensitas berpindah-pindah kerja dalam waktu singkat tahun 2025

Seberapa sering kamu berpindah-pindah kerja dalam kurun waktu yang cukup singkat?
55 jawaban

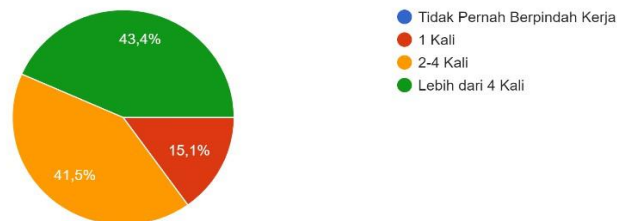


Sumber : Diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengisian *Google Form* yang disebar pada tanggal 9 Mei 2025 hingga 12 Mei 2025 terlihat bahwa 55 karyawan perusahaan *startup* Sticearn yang mengisi survei mengenai frekuensi berpindah-pindah kerja dalam waktu kurun waktu yang cukup singkat sebanyak 41,8 % responden menjawab sering, 38,2 % menjawab kadang- kadang, dan hanya 20 % jarang. Dari data tersebut bahwa 41,8 % karyawan *startup* Sticearn sering melakukan perpindahan kerja dalam kurun waktu yang cukup singkat sebelum mereka bergabung di perusahaan *startup* Sticearn hal ini dapat dilihat bahwa *job hopping* pernah dilakukan oleh karyawan perusahaan *startup* Sticearn.

Gambar 1. 4 Frekuensi jumlah perpindahan kerja dalam 2 tahun terakhir sebelum bergabung dengan Sticearn

Sebelum Bergabung dengan Sticearn berapa kali anda berpindah pekerjaan dalam waktu kurun 2 tahun terakhir?
53 jawaban



Sumber : Diolah oleh peneliti (2025)

job hopping juga dapat ditemukan pada karyawan Sticearn. Berdasarkan hasil survei awal, sebagian besar karyawan memiliki riwayat perpindahan kerja dalam kurun waktu dua tahun terakhir sebelum bergabung dengan perusahaan ini. Mayoritas responden pernah berpindah kerja lebih dari dua kali, bahkan tidak sedikit yang melakukan perpindahan lebih dari empat kali. Pola perpindahan tersebut umumnya terjadi dari satu perusahaan rintisan ke perusahaan rintisan lainnya, maupun dari perusahaan berskala kecil ke perusahaan yang dianggap lebih stabil.

Tabel 1 1 Frekuensi *job hopping* karyawan perusahaan *startup* Stickearn berdasarkan hasil survei tahun 2025

No.	Kategori Jawaban	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sering	23 Orang	41.8 %
2.	Kadang-Kadang	21 Orang	38,2 %
3.	Jarang	11 Orang	20 %
	Jumlah	55 Orang	100 %

Sumber : Diolah oleh peneliti (2025)

Dari data tersebut menunjukkan bahwa banyak karyawan Stickearn yang sebelumnya memiliki kecenderungan untuk berpindah kerja akhirnya tertarik untuk bergabung di Stickearn. Mereka melihat perusahaan ini sebagai tempat yang dapat memberikan ruang berkembang dan pengalaman yang berbeda dari pekerjaan sebelumnya. Stickearn dikenal sebagai *startup* yang bergerak di bidang teknologi dan pemasaran digital sehingga menawarkan tantangan yang relevan dengan minat generasi muda. Karyawan merasa bahwa di perusahaan ini mereka bisa mengasah keterampilan, membangun jaringan profesional, dan ikut serta dalam berbagai proyek kreatif yang memberi kesempatan untuk belajar secara langsung.

Budaya kerja di Stickearn juga menjadi alasan utama yang membuat mereka mau bergabung. Suasana kerja yang lebih santai dan komunikasi yang terbuka membuat mereka merasa lebih dihargai dibandingkan dengan pengalaman kerja mereka sebelumnya. Lingkungan yang fleksibel membantu mereka menyeimbangkan pekerjaan dengan kebutuhan pribadi sehingga mereka lebih mudah menjaga motivasi. Dukungan dari rekan kerja dan kesempatan untuk memberikan ide baru memberi rasa memiliki terhadap pekerjaan yang dilakukan.

Bagi sebagian karyawan, Stickearn dianggap sebagai tempat yang lebih sehat untuk mengejar tujuan karier. Mereka melihat peluang untuk meningkatkan kompetensi dan mendapatkan penghargaan yang sesuai dengan

usaha yang diberikan. Perusahaan ini dipandang mampu memberikan pengalaman yang sejalan dengan keinginan mereka untuk berkembang sekaligus tetap merasa nyaman dalam menjalani pekerjaan sehari-hari. Dengan alasan tersebut banyak pekerja muda yang sebelumnya sering berpindah akhirnya memilih untuk bertahan di Sticearn karena melihat potensi jangka panjang yang dapat mereka capai.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa mobilitas kerja yang tinggi bukan hanya fenomena pada level nasional, tetapi juga nyata terjadi dalam konteks Sticearn. Tingginya intensitas perpindahan kerja di kalangan generasi muda menunjukkan adanya dinamika ketenagakerjaan yang khas pada sektor *startup*, yakni fleksibilitas dan ketidakstabilan yang memungkinkan karyawan untuk lebih cepat melakukan peralihan pekerjaan. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa *job hopping* merupakan gejala sosial yang juga tercermin dalam dinamika internal perusahaan rintisan di Indonesia.

Job hopping pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan perpindahan karyawan dari satu perusahaan ke perusahaan lain, tetapi juga dengan cara individu memaknai perjalanan kariernya. Bagi sebagian karyawan muda, berpindah kerja dianggap sebagai langkah strategis untuk memperoleh pengalaman baru, mengembangkan keterampilan, serta memperluas jaringan profesional. Namun, bagi yang lain, job hopping justru muncul sebagai respons terhadap ketidakpuasan, tekanan kerja, atau minimnya penghargaan yang dirasakan di tempat kerja sebelumnya. Pola ini membawa dua konsekuensi penting, di satu sisi dapat membuka kesempatan untuk aktualisasi diri dan peningkatan kompetensi, tetapi di sisi lain menimbulkan risiko ketidakpastian karier, rasa tidak aman secara psikologis, dan stigma kurang loyal di mata perusahaan. Job hopping dapat dipahami sebagai bentuk pilihan sekaligus tantangan yang dihadapi karyawan muda dalam menavigasi dunia kerja modern (Permatasari et al., 2021)

Hal ini menunjukan adanya alasan mengapa seseorang melakukan berpindah-pindah kerja dalam kurun waktu yang singkat sehingga memunculkan *job hopping* dan juga menunjukkan bahwa generasi muda

terutama karyawan perusahaan banyak melakukan *job hopping*. Hal inilah menjadi acuan alasan pemilihan karyawan perusahaan *startup* karena merupakan bagian dari generasi Z yang dinilai sebagai kaum peka terhadap dunia maya dan digital. *Job hopping* menjadi ketertarikan peneliti untuk mengetahui gejala sosial *Job Hopping* pada karyawan perusahaan *startup* Sticlearn sehingga menjadi alasan utama peneliti untuk memilih karyawan *startup* Sticlearn sebagai subjek penelitian. Oleh sebab itu, peneliti mengangkat topik ini dengan judul ” Fenomena *Job Hopping* pada karyawan perusahaan *Startup* Sticlearn”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana fenomena *job hopping* terjadi pada karyawan perusahaan *startup* Sticlearn?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini ialah untuk mengetahui mengenai fenomena *Job Hopping* yang terjadi pada karyawan perusahaan *Startup* Sticlearn.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui pengalaman *job hopping* pada karyawan perusahaan *startup* Sticlearn
2. Untuk mengetahui makna yang diberikan karyawan *startup* Sticlearn terhadap fenomena *job hopping* yang mereka alami.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ranah Sosiologi Digital yang berkaitan dengan perilaku generasi muda dalam dunia kerja modern yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan budaya digital. Fenomena *Job Hopping* yang banyak terjadi di lingkungan perusahaan *Startup* mencerminkan adanya pergeseran nilai dan cara pandang terhadap pekerjaan di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman dan menyajikan informasi terkait fenomena *Job Hopping* bagi perusahaan, khususnya *Startup* seperti Stickearn untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih adaptif bagi kebutuhan karyawan muda. Bagi institusi pendidikan, penelitian ini dapat menjadi masukan program pengembangan karier bagi mahasiswa agar mereka lebih siap menghadapi dinamika dunia kerja dan memiliki kesadaran yang lebih baik terhadap tantangan serta konsekuensi dari mobilitas kerja tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad. (2021). Metode penelitian kualitatif: Konsep dan aplikasi. Jakarta: Prenada Media.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. Sukabumi: CV Jejak.
- Arrofi, M. F., & Hasfi, N. (2019). Analisis tindakan sosial: Konsep verstehen dalam sosiologi Max Weber. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 13(2), 315–330.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Deti, R., Qisthi, A. I., & Yusuf, R. (2023). Fenomena job hopping pada generasi milenial di Kota Bandung. *Jurnal Psikologi Terapan*, 7(1), 22–35.
- Ega, L. (2022). The impact of job hopping on career development of the millennial generation. *Journal of Business and Management*, 10(2), 134–145.
- Farid, M. (2018). Fenomenologi Alfred Schutz dan dunia kehidupan. *Jurnal Filsafat*, 28(1), 45–58.
- Fadli, R. (2021). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Ferdiansyah, M. A., Sari, N. K., & Yulianto, D. (2022). Dinamika startup digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 3(1), 55–67.
- Ghiselli, E. E. (1974). The hobo syndrome: A quality of the mind. *Journal of Management*, 2(2), 12–18.
- Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2012). Metodologi penelitian kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Geraldine, S. S., (2024). Fenomena job hopping pada Gen Z dalam bidang komunikasi. *Jurnal Komunikasi Generasi*, 4(2), 78–90.
- GoodStats. (2024, 16 Agustus). Bukan bosan, ini alasan utama Gen Z pindah kerja. Diakses 14 September 2025, dari <https://goodstats.id/article/bosan-bukan-alasan-utama-gen-z-pindah-bidang-kerja-xhYJq>.
- GoodStats. (2024, 7 Mei). Indonesia sebagai pusat startup terbesar Se-Asia Tenggara. Diakses 14 September 2025, dari

<https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-sebagai-pusat-startup-terbesar-se-asia-tenggara-qejb6>.

- Hanina, N. I., Lestari, D. P., & Wibowo, A. (2022). Faktor-faktor job hopping di kalangan milenial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(1), 11–20.
- Hasibuan, M. S. P. (2007). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Humaira, S., Aprilia, E. D., & Khatijatusshalihah. (2024). Intensi job hopping pada generasi Y dan Z. *Jurnal Psikologi Industri*, 9(1), 56–65.
- Kaharuddin. (2021). *Metodologi penelitian sosial*. Makassar: Literasi Nusantara.
- Liyani, N. A., & Hanum, L. (2019). Fenomenologi sosial menurut Alfred Schutz: Perspektif komunikasi antarpribadi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(1), 101–112.
- Machfudz, M., Fatmawati, D., & Suryani, S. (2022). Teknik observasi non-partisipan dalam penelitian sosial. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 7(2), 87–94.
- Marketeers. (2025). Fenomena job hopping di Indonesia 2025. Marketeers.com. Diakses 10 Mei 2025 dari <https://marketeers.com>.
- Nindito, A. (2013). Pemikiran Alfred Schutz dalam fenomenologi sosial. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 8(1), 21–35.
- Permatasari, P. A., Wibowo, A. S., & Prasetyo, E. (2021). Job hopping pada generasi muda Indonesia. *Jurnal Psikologi Sosial*, 5(2), 100–115.
- Prihaningrum, S. H., & Purba, H. P. (2021). Career adaptability dan job hopping intention: Peran career satisfaction di pekerja generasi Y. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 10(1), 23–31.
- Priyangga, H. R., Dewi, A. A. R., & Rahmad, T. A. (2019). Job hopping dalam era digital. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 18(2), 112–123.
- Putri, V. T., Yuniasanti, R., & Fitriana, N. (2022). Psychological capital dan job hopping pada pekerja generasi milenial PT X. *Jurnal Psikologi Terapan*, 6(2), 67–76.
- Rahmawaty, N., Taufiq, A., & Hidayat, M. (2022). Analisis fenomenologi Alfred Schutz. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(3), 42–51.

- Redaksi. (2025). Indonesia menempati posisi ke-6 jumlah startup dunia. Kementerian Perindustrian. Diakses 5 Mei 2025 dari <https://kemenperin.go.id>
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif: Konsep dan panduan praktis. *Jurnal Pendidikan*, 20(1), 23–30.
- Rofiah, N. (2023). Metode fenomenologi dalam penelitian sosial. *Jurnal Metodologi Penelitian Sosial*, 5(1), 75–88.
- Salma, G. (2024). Fenomena Job Hopping Pada Gen Z Dalam Bidang Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Generasi*, 4(2), 78–90.
- Sianturi, N. R., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh employee engagement dan work value terhadap job hopping. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 45–52.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tunaerah, H. (2022). Intersubjektivitas dalam fenomenologi sosial. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 10(3), 150–162.
- Wahyudi, S., & Saryatmo, M. A. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi turnover intention pada karyawan Generasi Z yang bekerja di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(3), 621–634.
- Wahyuni, I., Fadli, R., & Putra, A. W. (2022). Peran peneliti dalam studi lapangan kualitatif. *Jurnal Sosiologi Pendidikan*, 4(2), 99–112.
- Wekke, I. S. (2019). Observasi dalam metode penelitian kualitatif. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 2(1), 60–68.
- Wibowo, F., Susilowati, E., & Setiyawan, A. A. (2024). Fenomena turnover intention pada Generasi Z dalam revolusi industri 5.0. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 313–325. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1120>.
- Wita, E., & Mursal, M. (2022). Konsep intersubjektivitas dalam interaksi sosial. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 11(1), 88–97.
- Yuannisa, R. A. (2022). Perlindungan hukum terhadap karyawan dalam UU Cipta Kerja. *Jurnal Hukum dan Ketenagakerjaan*, 3(2), 50–62.