

PENGARUH PERSEPSI MENGENAI *STARTUP* TERHADAP PILIHAN BERKARIR DI BIDANG *STARTUP* MELALUI MOTIVASI PADA MAHASISWA GENERASI Y DAN GENERASI Z DI KOTA BANDUNG

Sarah Sentika¹, Yunizar², Wa Ode Zusnita Muizu³

Universitas Padjadjaran, Bandung^{1,2,3}

Email : sarahsentika27@gmail.com¹; yunizar2017@unpad.ac.id²;

waode.zusnita@unpad.ac.id³

ABSTRAK

Pentingnya perkembangan *startup* di Indonesia untuk membantu perekonomian digital memberikan peluang bagi mahasiswa generasi Y dan Z untuk ikut berkontribusi mengingat terdapat kesamaan karakter antara *startup* dengan generasi Y dan Z. Namun kecenderungan mereka dalam berpindah-pindah pekerjaan menjadi tantangan tersendiri dalam menentukan pilihan karir yang sesuai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh persepsi mengenai *startup* terhadap pilihan karir di bidang *startup* melalui motivasi pada mahasiswa generasi Y dan Z di Bandung secara parsial dan juga simultan. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 168 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan *SmartPLS 3*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mengenai *startup* berpengaruh signifikan terhadap pilihan karir di bidang *startup* melalui motivasi mahasiswa generasi Y dan Z di Bandung secara parsial dan simultan.

Kata Kunci: Persepsi, Motivasi, Pilihan Karir.

ABSTRACT

The importance of the development of startups in Indonesia to help the digital economy provides opportunities for generation Y and Z students to contribute, given there is a common character between startups and generation Y and Z. However, their tendency to switch jobs is a challenge in determining appropriate career choices. The purpose of this study is to determine the influence of perception about startup on career choices in the startup field through motivation on generation Y and Z students in Bandung partially and simultaneously. The sample used in this study were 168 respondents using the accidental sampling method. Data collection techniques using a questionnaire and analyzed using SmartPLS 3. The results showed that the perception of startup significantly influenced career choices in the startup field through the motivation of generation Y and Z students in Bandung partially and simultaneously.

Keywords: Perception, Motivation, Career Choice, Startup.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi di era digital saat ini memunculkan ide-ide kreatif dalam pengembangan usaha, termasuk membangun perusahaan *startup*.

Perusahaan *startup* merupakan perusahaan dengan operasi bisnisnya secara digital dan juga pergerakannya sangat cepat serta diisi oleh kurang dari 20 orang karyawan (Suwarno, 2017). Istilah *startup* sering kali dihubungkan dengan teknologi, web, internet, dan sejenisnya (Ayu, 2017). Menurut Bekraf (2018), sampai dengan tahun 2018 jumlah startup di Indonesia mencapai 992 perusahaan, namun startup yang berasal dari Jawa Barat terbilang cukup sedikit yaitu hanya 44 perusahaan. Bandung sebagai ibukota provinsi Jawa Barat yang memiliki peran sebagai pusat ekonomi dan bisnis ditetapkan sebagai kota kreatif oleh UNESCO pada tahun 2015, oleh karena itu diharapkan Bandung dapat meningkatkan jumlah startup dalam rangka mendukung perekonomian digital Indonesia.

Dibutuhkannya SDM untuk meningkatkan *startup* di Bandung memberikan peluang khususnya bagi mahasiswa yang nantinya akan memilih karir. Mahasiswa pada jenjang pendidikan D3, S1 dan S2 yang ada saat ini dikategorikan ke dalam generasi Y dan generasi Z dimana menurut Reeves & Oh (2008) generasi Y lahir pada tahun 1981-1995 sedangkan generasi Z diatas tahun 1995. Hal yang membedakan generasi Z dengan generasi lain adalah penguasaan teknologi informasi, selain itu bagi generasi Z teknologi dan informasi sudah merupakan bagian dari kehidupannya (Bencsik & Machova, 2016). Hal tersebut mengindikasikan bahwa generasi Y dan Z memiliki kesamaan karakteristik dengan perusahaan startup mengingat menurut Ayu (2017) perusahaan startup identik dan selalu berhubungan dengan teknologi, web, internet, dan sejenisnya. Di Bandung, beberapa mahasiswa yang sebagai narasumber dalam penelitian ini menyatakan bahwa fleksibilitas kerja dan lingkungan pekerjaan memang menjadi pertimbangan dalam memilih pekerjaan, namun mereka masih cenderung kebingungan untuk memilih karir yang tepat. Maka dari itu peneliti mulai mencari tahu persepsi yang mereka miliki mengenai *startup*.

Persepsi merupakan proses kognitif yang individu alami dalam memahami setiap informasi melalui panca indera, namun pada dasarnya sesuatu yang diterima pada setiap orang berbeda dari realisasi objek (Prasetyo, dkk, 2016). Persepsi dari setiap individu dapat berbeda antara satu dan yang lainnya, seperti halnya persepsi mengenai *startup*. Beberapa mahasiswa ekonomi dan bisnis di Bandung yang telah berhasil diwawancarai memiliki persepsi berbeda baik positif maupun negatif terhadap perusahaan *startup*. Beberapa mahasiswa memiliki persepsi bahwa semua perusahaan

startup merupakan perusahaan yang berbasis digital teknologi, selain itu bekerja di perusahaan *startup* dianggap sangat menyenangkan karena diberikan fasilitas yang memadai, lingkungan yang kekinian, waktu yang fleksibel, juga pekerjaannya santai dan bebas, namun mengenai gaji mereka memiliki persepsi bahwa gaji perusahaan *startup* terhitung rendah. Peran persepsi sangat penting dalam menentukan pilihan karir seseorang (Sulistiyawati, 2013), jika mahasiswa generasi Y dan generasi Z memiliki kesalahan persepsi terhadap perusahaan *startup* maka tidak menutup kemungkinan jika suatu saat mereka berkecimpung atau memilih karir di dunia *startup* tidak akan bertahan lama dikarenakan ekspektasinya tidak sesuai dengan realita dimana nantinya akan berpengaruh terhadap motivasi yang mereka miliki.

Motivasi yang ada pada setiap individu tidak selalu sama tak terkecuali dalam hal memilih pekerjaan. Individu yang merasa bahwa pekerjaannya membosankan atau tidak menarik merupakan salah satu akibat dari rendahnya motivasi (Widodo, 2015), sehingga individu tersebut selalu ingin berpindah pekerjaan. Seseorang memiliki latar belakang untuk mencapai tujuan tertentu yang disebut motivasi (Prasetyo dkk, 2016) tak terkecuali dalam menentukan pilihan karir. Menurut Dayshandi, dkk (2015) sebuah proses mendapatkan stimulus dari dari luar atau dalam individu sesuai situasi tertentu dan berusaha mencapai tujuan merupakan definisi dari motivasi. Berdasarkan wawancara awal terhadap beberapa mahasiswa menyatakan bahwa mereka tidak termotivasi untuk berkarir di perusahaan *startup* karena mereka ingin bekerja pada instansi/perusahaan yang sudah beroperasi lama dan memiliki reputasi baik. Bidang pekerjaan seperti BUMN, PNS atau sektor publik yang berbadan hukum yang jelas merupakan alternatif pilihan karir mereka karena mereka lebih menginginkan karir yang dapat menghasilkan imbalan pasti. Selain itu, minimnya informasi mengenai *startup* menjadikan generasi Y dan Z tidak tertarik untuk memilih karir di bidang *startup*.

Berdasarkan pemaparan di atas, mahasiswa generasi Y dan Z memiliki peran yang penting dalam meningkatkan *startup* di Indonesia. Persepsi yang dimiliki generasi Y dan Z berpotensi memberikan pengaruh terhadap motivasi sehingga hal itu pun akan mempengaruhi generasi Y dan Z dalam memilih karir. Maka dari itu rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh persepsi mengenai *startup* terhadap pilihan berkarir di bidang *startup* melalui motivasi pada mahasiswa generasi Y dan Z di Bandung secara parsial dan simultan? Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka

penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh persepsi mengenai *startup* terhadap pilihan karir di bidang *startup* melalui motivasi pada mahasiswa baik secara parsial maupun simultan. Karena luasnya objek, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi dengan meneliti mahasiswa ekonomi dan bisnis di perguruan tinggi terakreditasi A di Bandung.

TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Terdapat berbagai macam konsep teori yang dituangkan dalam literatur dimana konsep tersebut diadopsi dan disesuaikan dengan fenomena yang terjadi pada penelitian. Berikut merupakan tinjauan literatur dan hipotesis pada penelitian ini.

Persepsi

Kejadian atau hal yang dialami seorang individu akan memiliki respon dan persepsi yang berbeda dengan individu lainnya. Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses mengatur dan juga memberi interpretasi kesan sensoris pada individu untuk mengartikannya pada sekitar (Robbins dan Judge, 2015). Definisi ini serupa dengan Lubis (2010) yang menyatakan bahwa persepsi merupakan bagaimana orang menginterpretasikan sesuatu. Walgito (2010) memberikan pendapat mengenai persepsi dimana persepsi adalah sebuah proses yang dimulai oleh penginderaan, yang mana merupakan proses penerimaan stimulus pada individu melalui proses sensoris. Persepsi memiliki tiga indikator, diantaranya penyerapan terhadap objek/rangsangan dari luar individu, pemahaman terhadap objek dan penilaian terhadap objek (Walgito, 2010).

Motivasi

Kreitner dan Angelo (2014) menjelaskan bahwa asal dari kata motivasi yaitu *movere*, artinya “menggerakkan”, dalam konteks sekarang ini arahan, stimulasi dan juga ketekunan terhadap suatu aktivitas yang dilakukan secara sukarela merupakan akibat dari proses psikologis. Suatu kekuatan psikologis yang ada pada seseorang yang menentukan perilaku seseorang dalam organisasi, usaha dan juga ketahanan dalam menghadapi rintangan merupakan definisi motivasi menurut George dan Jones (2005). Terdapat teori *self determination* dalam motivasi dimana menurut Juariyah (2017), *self determination* menekankan pada keteguhan hati dan kebulatan tekad individu untuk mencapai tujuan. Teori *self determination* yang dikembangkan oleh Deci dan Ryan (1985) mengklaim bahwa orang yang memilih profesi kehidupan pada dasarnya

termotivasi untuk mencari pengalaman positif dan menghindari pengalaman negatif. Dimensi dan indikator untuk mengukur motivasi menurut Natan dan Becker (2010) yaitu motivasi intrinsik yang mencakup pekerjaan yang menarik, bekerjasama dengan orang banyak, pekerjaan yang menantang, peluang meninggalkan pekerjaan, potensi berkontribusi untuk masyarakat, peluang untuk berlibur, pekerjaan yang menginspirasi dan motivasi ekstrinsik yang mencakup apresiasi masyarakat pada pekerjaan, fleksibilitas dalam bekerja, peluang mendapatkan gaji yang besar, peluang promosi jabatan, tanggung jawab, kondisi kerja yang nyaman, status sosial, gaji yang sesuai, peluang kreativitas. Selain itu dapat pula dipahami bahwa menurut Zulkarnaen dan Fitriani (2018) motivasi adalah kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau tidak pada hakekatnya ada secara internal dan eksternal yang dapat positif atau negatif untuk mengarahkannya sangat bergantung kepada ketangguhan sang manajer.

Pilihan Karir

Setiap individu pasti memiliki rencana dalam setiap keputusan yang nantinya akan dijalani, tak terkecuali dalam hal memilih karir. Suatu proses ataupun kegiatan seseorang dalam rangka menyiapkan diri memasuki karir yang hubungannya dengan pekerjaan melalui proses yang sistematis sehingga akhirnya dapat memilih karir yang diharapkan merupakan definisi dari pilihan karir (Dwi dan Setiawan, 2012). Senada dengan definisi tersebut, Savitri (2014) mengatakan bahwa pilihan karir adalah salah satu bagian dari perjalanan hidup seseorang dalam penentuan pilihan yang akan dijalannya melalui proses yang panjang. Pembentukan pilihan karir menurut teori Krumboltz membentuk dimensi dan indikator yang di rumuskan oleh Nufus (2017) yaitu faktor internal yang mencakup keterbatasan fisik dan penampilan yang diberikan sejak lahir, kepribadian, minat, bakat, pengetahuan mengenai karir yang dipilih, kebutuhan, citra diri, nilai dalam diri tentang karir, dan juga pengalaman belajar. Sedangkan faktor eksternal diantaranya keluarga, informasi mengenai karir, lingkungan tempat tinggal

Hubungan antar Variabel Hipotesis Penelitian

Penelitian yang dilakukan Prasetyo, dkk (2016) menghubungkan motivasi sebagai variabel intervening antara persepsi dan pilihan karir, dimana penelitian yang dilakukan pada bidang perpajakan ini memberikan kesimpulan bahwa persepsi

berpengaruh terhadap pilihan berkarir dibidang perpajakan melalui motivasi, artinya dengan persepsi yang sudah dimiliki lalu didukung oleh motivasi pada diri individu maka keinginan berkarir di bidang perpajakan tersebut kemungkinan akan tercapai. Penelitian tersebut senada dengan Dewi dan Setiawanta (2014) yang menyimpulkan bahwa persepsi berpengaruh secara signifikan pada minat berkarir. Keterkaitan ketiga variabel yaitu persepsi, motivasi dan pilihan karir menunjukkan hubungan satu sama lain yang mana dalam penelitian ini motivasi menjadi variabel intervening yang menghubungkan antara persepsi dan pilihan karir.

H1: Persepsi mengenai *startup* berpengaruh terhadap pilihan berkarir di bidang *startup* melalui motivasi pada generasi Y dan generasi Z secara parsial.

Persepsi positif akan mengarahkan seseorang kepada pilihan karir yang dituju. Seperti penelitian Prasetyo (2016) yang menyatakan bahwa persepsi memberikan kontribusi terhadap pilihan berkarir dibidang perpajakan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Sari (2013) dimana persepsi memiliki pengaruh pada pilihan karir sebagai akuntan publik. Mahayani (2017) juga memberikan kesimpulan bahwa variabel persepsi berpengaruh terhadap pilihan karir. Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu, maka dapat dikatakan bahwa persepsi dan pemilihan karir memiliki hubungan. Persepsi yang ada pada individu berbeda antara satu dan yang lainnya. Persepsi yang baik ataupun tidak akan mempengaruhi motivasi yang ada pada diri individu itu sendiri, seperti penelitian Diastuti, dkk (2017) menunjukkan bahwa persepsi siswa memiliki hubungan dengan motivasi mengikuti layanan konseling secara positif dan signifikan. Senada dengan penelitian tersebut, Trisnawati, dkk (2017) melakukan penelitian yang mana penelitian tersebut memberikan hasil bahwa persepsi mahasiswa memiliki hubungan yang kuat terhadap motivasi. Keterkaitan antara persepsi dan motivasi pada penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi dan motivasi memiliki hubungan. Melihat perkembangan perusahaan *startup* yang saat ini membutuhkan tenaga kerja secara tidak langsung memotivasi generasi Y dan Z yang notabane nya 'melek' teknologi untuk berkarir di bidang *startup*. Variabel motivasi didukung oleh penelitian terdahulu seperti penelitian Trisnawati (2013) yang mana mendapatkan hasil bahwa motivasi yang ada dalam diri membentuk tekad untuk berkarir. Pada penelitian Dayshandi (2015) menyatakan bahwa persepsi berpengaruh terhadap motivasi secara

parsial pada mahasiswa. Adanya keterkaitan antara motivasi dan pilihan berkarir menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan.

Keterkaitan antar variabel yaitu persepsi, motivasi dan pilihan karir secara simultan yang didukung oleh penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi, motivasi dan pilihan karir memiliki hubungan sehingga dalam penelitian ini terbentuk hipotesis kedua, yaitu:

H2: Persepsi mengenai *startup* berpengaruh terhadap pilihan berkarir di perusahaan *startup* melalui motivasi pada generasi Y dan generasi Z secara simultan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengkaji dan menganalisis suatu masalah atau fenomena serta menjelaskan pengaruh antar variabel, menguji hipotesis dan memperoleh implikasi atau makna dari permasalahan yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini yaitu para mahasiswa ekonomi bisnis di ITB, UNPAD, UPI, UNPAR, UNPAS, UNISBA, dan TEL-U. Teknik pengambilan data primer dilakukan dengan melalui penyebaran kuesioner. Sampel diambil dengan cara *accidental sampling* yang merupakan sebuah teknik menentukan sampel secara spontanitas (Kusniawati, 2010). Jumlah sampel mengacu pada Hair *et al* (2014) yaitu jumlah indikator (21) dikali 5 yaitu minimal 105. Sampel pada penelitian ini dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu generasi Y dan generasi Z, dimana menurut Agung (2006) dan Gall *et al* (2007) untuk meneliti dua kategori atau lebih diperlukan ukuran sampel minimal 15-30 orang untuk setiap kategori/kelompok. Didapatkan 168 responden yang terdiri dari 72 responden generasi Y dan 96 responden generasi Z. Hasil pengumpulan data diolah dan dianalisis menggunakan alat analisis *Partial Least Square 3* (PLS).

Pengukuran validitas dan reliabilitas data pada SmartPLS dilihat dari *outer model*. *Convergent validity* dan *discriminant validity* digunakan untuk mengukur validitas sedangkan *composite reliability* dan *cronbach's alpha* digunakan untuk menguji reliabilitas (Hair, 2014). Untuk menentukan hubungan dan signifikansi variabel dilihat dari nilai *inner model* (*Rsquare* dan *path coefficient*). Pada uji hipotesis, nilai t-statistik > t-tabel maka akan mendukung hipotesis dimana nilai t-tabel pada penelitian ini adalah 1,97. Analisis untuk mengukur pengaruh antar variabel berdasarkan pengelompokan generasi menggunakan PLS-MGA (Henseler, 2012).

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil pengumpulan data, terdapat 168 sampel yang terdiri dari 42,9% generasi Y dan 57,1% generasi Z. Berdasarkan tingkat pendidikan, responden didominasi pada jenjang pendidikan S1 yaitu sebesar 66%, S2 32%, dan D3 2%. Pada pengujian *outer model*, uji *convergent validity* dilakukan dua kali setelah menghapus indikator yang memiliki nilai *outer loading* <0.5 . Nilai AVE pada persepsi sebesar 0.722, motivasi sebesar 0.509, dan pilihan karir 0.522 yang artinya nilai AVE pada semua variabel dikatakan baik. Pada uji reliabilitas, nilai *composite reliability* pada persepsi sebesar 0.947, motivasi sebesar 0.934, dan pilihan karir sebesar 0.961 sedangkan *cronbach's alpha* pada variabel persepsi sebesar 0.931, motivasi sebesar 0.922 dan pilihan karir sebesar 0.956. Nilai uji reliabilitas yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dalam penelitian ini telah memenuhi syarat karena semua variabel memiliki nilai $>0,7$. Pada penelitian ini nilai *R-square* pada variabel motivasi sebesar 0.775 dan pilihan karir sebesar 0.898, artinya persepsi mampu menjelaskan variabel motivasi sebesar 77,5%, lalu variabel persepsi dan motivasi menjelaskan variabel pilihan karir sebesar 89,8%.

H1: Persepsi mengenai *startup* berpengaruh terhadap pilihan karir di bidang *startup* melalui motivasi secara parsial

Semakin baik persepsi yang dimiliki mahasiswa maka semakin tinggi motivasi dan pilihan karir di bidang *startup* pun juga meningkat. Persepsi mengenai *startup* dikatakan baik atau positif akan mempengaruhi motivasi karena kecenderungan motivasi mahasiswa memilih pengalaman positif, maka kedua hal tersebut mempengaruhi pilihan berkarir di bidang *startup*. Mahasiswa yang sudah memiliki persepsi yang jelas mengenai *startup* kemudian didukung oleh motivasi yang kuat untuk menjalankan pilihannya akan mempengaruhi pilihan berkarir di bidang *startup*. Adanya keterkaitan antara variabel ini didukung oleh penelitian Dewi dan Setiawanta (2017) dimana persepsi dan motivasi berpengaruh terhadap minat berkarir secara signifikan. Hal tersebut senada dengan penelitian Prasetyo (2016) menyatakan bahwa persepsi seseorang mempengaruhi pilihan berkarir melalui motivasi. Pada pengujian MGA, terdapat pengaruh persepsi terhadap pilihan karir melalui motivasi secara signifikan pada generasi Y, sedangkan pada gen Z tidak ada pengaruhnya. Persepsi mengenai *startup* pada generasi Z berpengaruh terhadap pilihan berkarir di bidang *startup* tanpa

melalui motivasi untuk bekerja yang bermakna bahwa generasi Z memilih karir di bidang *startup* namun belum tentu bermaksud ingin bekerja, bisa saja karena adanya faktor lain misalkan ikut-ikutan trend mengingat munculnya *startup* ini menjadi identitas baru bagi anak muda.

H2: Persepsi mengenai *startup* berpengaruh terhadap pilihan karir di bidang *startup* melalui motivasi secara simultan

- 1) Persepsi mengenai *startup* berpengaruh terhadap pilihan berkarir di bidang *startup*. Adanya pengaruh antar variabel ini didukung oleh teori yang dikemukakan Walgito (2010) dimana konsep tersebut menyatakan bahwa persepsi seseorang akan mendorong perilaku menentukan suatu tujuan, dimana dalam hal ini tujuannya adalah memilih karir di bidang *startup*. Jika persepsi mahasiswa mengenai *startup* baik, maka akan mendorong keinginan mahasiswa untuk berkarir di bidang *startup*, begitupun sebaliknya. Persepsi mengenai *startup* mempengaruhi pilihan berkarir di bidang *startup* ini didukung oleh penelitian Sari (2013) yang menyimpulkan persepsi merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi pilihan berkarir mahasiswa. Selain itu Mahayani (2017) juga menyatakan bahwa persepsi mengenai pajak berpengaruh terhadap pilihan berkarir di bidang perpajakan. Pada uji MGA, persepsi pada generasi Y tidak berpengaruh terhadap pilihan karir sedangkan persepsi generasi Z berpengaruh signifikan terhadap pilihan karir. Persepsi mengenai *startup* mendorong generasi Z untuk berkarir di bidang *startup*, hal itu bisa saja terjadi karena generasi Z lahir pada era teknologi digital yang sudah berkembang pesat sehingga tumbuhnya generasi Z disertai dengan kemampuannya menguasai teknologi digital memunculkan ketertarikan mereka untuk memilih karir di bidang *startup*.
- 2) Persepsi mengenai *startup* berpengaruh terhadap motivasi. Semakin baik persepsi mahasiswa mengenai *startup*, maka motivasi mereka untuk bekerja pun akan meningkat pula. Pada umumnya mahasiswa berencana untuk bekerja setelah menyelesaikan masa perkuliahannya, hal tersebut mengindikasikan adanya motivasi di dalam diri mereka yang mana sesuai dengan konsep motivasi *self determination* yang dikemukakan Deci dan Ryan (1985) yang menyatakan bahwa motivasi merupakan dorongan untuk bertindak dan mengembangkan diri dengan mengatur

perilaku individu tersebut. Persepsi mengenai *startup* memberikan kesan tersendiri terhadap mahasiswa dimana hal tersebut dapat mendorong motivasi mahasiswa untuk bekerja. Keterkaitan persepsi dan motivasi ini didukung oleh penelitian Diastuti, dkk (2017) yang menyatakan ada hubungan antara persepsi siswa terhadap pelayanan konseling dan motivasi siswa mengikuti layanan konseling perorangan secara positif dan signifikan. Senada dengan hal tersebut, Trisnawati, dkk (2013) juga memberikan kesimpulan bahwa persepsi dan motivasi memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berkarir dibidang Perpajakan. Pada uji MGA, persepsi generasi Y maupun generasi Z mengenai *startup* berpengaruh terhadap motivasi secara signifikan. Persepsi yang dimiliki generasi Y maupun generasi Z mengenai *startup* tergolong cukup tinggi kontribusinya dalam membentuk motivasi mereka, hal ini membuktikan bahwa persepsi mengenai *startup* merupakan suatu hal yang penting dan menjadi pertimbangan bagi generasi Y dan generasi Z dalam mempengaruhi motivasinya untuk bekerja.

- 3) Motivasi mempengaruhi pilihan karir di bidang *startup*. Berpengaruhnya motivasi pada pilihan berkarir di bidang *startup* menandakan bahwa didalam memilih karir, ada peran dari motivasi. Pilihan berkarir di bidang *startup* dipengaruhi oleh motivasi menandakan jika motivasi pada mahasiswa tinggi, maka mereka cenderung untuk memilih berkarir di bidang *startup*. Motivasi berpengaruh terhadap pilihan berkarir di bidang *startup* didukung oleh penelitian Mahayani, dkk (2017) yang menyatakan motivasi berpengaruh terhadap pilihan berkarir dibidang perpajakan. Hal tersebut senada dengan penelitian Dayshandi (2015) dimana motivasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa perpajakan untuk berkarir di bidang perpajakan secara parsial. Pada uji MGA, terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi dan pilihan karir pada generasi Y, sedangkan pada generasi Z tidak. Hasil perhitungan ini memberikan makna bahwa motivasi kerja yang dimiliki generasi Y cenderung pada memilih karir di bidang *startup*, hal itu sejalan dengan fenomena saat ini bahwa rata-rata *founder* atau CEO beberapa perusahaan *startup* yang sukses termasuk ke dalam generasi Y.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan juga pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan berikut.

1. Persepsi mengenai *startup* berpengaruh terhadap pilihan berkarir di bidang *startup* melalui motivasi pada generasi Y dan Z di Kota Bandung secara parsial. Jika ditinjau dari masing-masing kelompok generasi, pada generasi Y persepsi mengenai *startup* memiliki pengaruh terhadap pilihan berkarir di bidang *startup* melalui motivasi, lain halnya dengan persepsi mengenai *startup* pada generasi Z yang tidak berpengaruh terhadap pilihan karir di bidang *startup* melalui motivasi.
2. Persepsi mengenai *startup* berpengaruh terhadap pilihan karir di bidang *startup* melalui motivasi pada mahasiswa generasi Y maupun generasi Z secara simultan. Pengaruh persepsi terhadap motivasi merupakan pengaruh yang paling besar dibandingkan yang lainnya. Hal tersebut membuktikan bahwa jika seseorang memiliki persepsi yang positif mengenai *startup* maka motivasinya pun akan meningkat. Jika dilihat berdasarkan generasi, persepsi tidak berpengaruh terhadap pilihan karir pada generasi Y sedangkan pada generasi Z terdapat pengaruh, kemudian motivasi berpengaruh terhadap pilihan berkarir di bidang *startup* pada kedua generasi, lalu pada generasi Y motivasi berpengaruh terhadap pada pilihan karir sedangkan pada generasi Z motivasi tidak berpengaruh terhadap pilihan karir.

Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi baik dari pihak akademisi untuk memberikan materi yang nantinya dapat dipraktikkan terkait usaha digital, maupun dari pihak lain seperti para pelaku *startup* dengan cara menyesuaikan aturan organisasi dengan karakteristik generasi Y dan Z seperti jam kerja yang fleksibel dan juga struktur organisasi yang tidak begitu ketat. Selain itu penelitian mengenai persepsi, motivasi dan pilihan karir generasi Y dan Z di bidang *startup* masih sangat jarang dilakukan sehingga masih perlu dilakukan pengembangan yang lebih menyeluruh dengan menambahkan variabel, menggunakan metodologi lain, ataupun memperluas objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I Gusti Ngurah. 2006. *Statistika Penerapan Model Rerata Sel Multivariat dan Model Ekonometri dengan SPSS*. Jakarta: Yayasan SAD Satria Bhakti.
- Ayu, R.K., 2017. Perempuan Pebisnis Startup di Indonesia dalam Perspektif Cybertopia. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 1(2).
- Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). 2018. *Mapping & Database Startup Di Indonesia. MIKTI*.
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. 2016. *Y and Z Generations at Workplaces. Journal of Competitiveness*, 8(3).
- Dayshandi, Dody. 2015. Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Program Studi Perpajakan Untuk Berkarir Di Bidang Perpajakan (Studi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *JEJAK*, 1(1).
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. 1985. *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. Plenum, New York.
- Diastuti. D., Rangka, I. B., Prasetyaningtyas, W. E., Renata, D. 2017. Hubungan Persepsi Dengan Motivasi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Dalam Konseling Perorangan. *JURKAM*, 1(1).
- Dewi, Istina Findi., dan Setiawanta, Yulita. 2014. Pengaruh Persepsi dan Motivasi Mahasiswa Jurusan Akuntansi yang Sedang Mengambil Skripsi Terhadap Peminatan Karir dalam Bidang Perpajakan. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang*.
- Dwi, Christine., dan Setiawan Arif. 2012. Pengaruh Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Lingkungan Kerja Auditor Terhadap Pilihan Karirnya Sebagai Auditor Di KAP (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Kristen Maranatha dan Universitas Parahyangan). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, No. 08. ISSN: 2086-4159.
- Gall, M., Gall, J.P., Borg, W.R. (2007). *Educational Research: An Introduction (8th ed.)*. Boston, MA: Pearson.
- George dan Jones. 2005. *Understanding and Managing Organizational Behavior 4th Edition*, Pearson Prentice Hall.
- Hair, Joseph, Jr et al. 2014. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc. California, USA.
- Juariyah, L., Adi, S. S. 2017. Dampak Motivasi Dan Kepuasan Terhadap Prestasi: Pengujian Teori Motivasi Determinasi Diri (*Self Determination Theory*). *EKOBIS*, 22(2).
- Kreitner, Robert dan Angelo Kinicki. 2014. *Perilaku Organisasi*. Edisi 9. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Kusniawati, Rina. (2010). *Metode Penelitian: Penarikan Sampel Metode Penelitian*.
- Lubis, A. I. 2010. *Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mahayani, N. M., Sulindawati, N. L., Herawati, N. T. 2017. Pengaruh Persepsi, Motivasi, Minat, Dan Pengetahuan Mahasiswa Akuntansi Program S1 Tentang

- Pajak Terhadap Pilihan Berkarir Dibidang Perpajakan. *e-journal Nama Jurnal Universitas Pendidikan Ganesha*, 7(1).
- Natan, M. B., & Becker, F. 2010. *Israelis Perceived Motivation For Choosing a Nursing Career. Elsevier* 308-313.
- Nufus, A. 2017. Faktor Penentu Pemilihan Karir Siswa Smk Negeri 1 Dukuhuri Kabupaten Tegal. Skripsi. Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prasetyo, E., Pranoto, S., Anwar, S. 2016. Persepsi Terhadap Minat Karir di Perpajakan dengan Motivasi sebagai Variabel Intervening. *Seminar Nasional dan The 3rd Call For Syariah Paper (SANCALL)*. ISSN 2460-0784.
- Reeves, T. C., & Oh, E. 2008. *Handbook of Research on Educational Communications and Technology (Third Edition)*. Georgia: Routledge.
- Robbins, S.P dan Judge T.A. 2015. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, Maya. 2013. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Karir Menjadi Akuntan Publik Oleh Mahasiswa Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi Umsu Medan. *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN BISNIS*, 13(2).
- Savitri, Deninta. 2014. Survey Tentang Pilihan Karir Mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal BK UNESA*, 4(3).
- Sulistiyawati, A. I., Ernawati. N., Sylviana, N. 2013. Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Karir. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 5(2).
- Suwarno, D. J. 2017. Knowledge Sharing Dan Inovasi Pada Industri Startup. *Jurnal Ecodemica*, 1(1).
- Trisnawati, Iga., Mudayen, YM., Palifiana, Dheska. 2017. Hubungan Persepsi Dengan Motivasi Untuk Studi Lanjut S2 Kebidanan. *Journal of Health Studies, Vol 1(2)*.
- Trisnawati, Mei. 2013. Pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Berkarir Di Bidang Perpajakan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikolog Umum*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Widodo, S. E. 2015. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I. D., & Widia, R. (2018). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pt. Alva Karya Perkasa Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 42-62.

TABEL

Tabel 1. *Specific Indirect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Persepsi -> Motivasi -> Pilihan Karir	0.428	0.415	0.146	2.937	0.003

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020.

Tabel 2. *Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Motivasi -> Pilihan Karir	0.486	0.472	0.169	2.878	0.004
Persepsi -> Motivasi	0.881	0.884	0.038	23.316	0.000
Persepsi -> Pilihan Karir	0.492	0.507	0.168	2.933	0.003

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020.

Tabel 3. *Multigroup Analysis (MGA)*

Hubungan	Path Coefficients Original		t-statistic		p-values		Kesimpulan	
	Gen Y	Gen Z	Gen Y	Gen Z	Gen Y	Gen Z	Gen Y	Gen Z
Persepsi -> Pilihan Karir	0.339	0.775	1.516	5.83	0.130	0.000	H ₁ ditolak	H ₁ diterima
Persepsi -> Motivasi	0.814	0.925	9.927	34.92	0.000	0.000	H ₁ diterima	
Motivasi -> Pilihan Karir	0.638	0.206	2.863	1.528	0.004	0.127	H ₁ diterima	H ₁ ditolak
Persepsi -> Motivasi -> Pilihan Karir	0.519	0.191	2.837	1.462	0.005	0.144	H ₁ diterima	H ₁ ditolak

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020.