

The Influence of Perception, Motivation, and Social Values on Career Choices in The Start-Up Field Among Generation Z in Surakarta

Pengaruh Persepsi, Motivasi, dan Nilai Sosial Terhadap Pilihan Berkarir di Bidang Start-Up Pada Generasi Z di Surakarta

Elmania Siptia Pratiwi^{1*}, Farid Wajdi²

Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia
b100210160@student.ums.ac.id^{1*}, farid.wajdi@ums.ac.id²

**Corresponding Author*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perception, motivation, and social values on career choices in the Start-Up field among Generation Z in Surakarta. The research method employed is explanatory research with a quantitative approach. The sample includes Generation Z residents in Surakarta, selected through purposive sampling based on specific criteria, with a minimum of 118 respondents as determined by Slovin's formula. Data collection was conducted through online and offline questionnaires. The perception variable includes Generation Z's views on a Start-Up career, the motivation variable describes the driving factors for choosing this career, and the social values variable measures societal perceptions of Start-Up careers. Data analysis techniques included validity testing, reliability testing, and linear regression analysis with the assistance of JASP software. The results indicate that perception and motivation significantly influence career choices in Start-Ups, while social values do not show a significant effect. This study is limited to the Surakarta area and does not consider other external factors. Future research is recommended to expand the study area and consider external factors for a more comprehensive understanding.

Keywords : *career choice, Generation Z, motivation, perception, social values, Start-Up career, Surakarta.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi, motivasi, dan nilai sosial terhadap pilihan berkarir di bidang Start-Up pada Generasi Z di Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Surakarta, diambil menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, dengan jumlah responden minimal 118 orang, yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online dan offline. Variabel persepsi mencakup pandangan Generasi Z terhadap karir di bidang Start-Up, variabel motivasi menggambarkan faktor pendorong dalam memilih karir di bidang tersebut, sedangkan variabel nilai sosial mengukur persepsi masyarakat terhadap karir di Start-Up. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linier dengan bantuan perangkat lunak JASP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dan motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan berkarir di bidang Start-Up, sementara nilai sosial tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini terbatas pada wilayah Surakarta dan tidak mencakup faktor eksternal lainnya. Rekomendasi penelitian selanjutnya adalah memperluas area penelitian dan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal untuk pemahaman yang lebih mendalam.

Kata Kunci : Generasi Z, karir Start-Up, motivasi, nilai sosial, persepsi, pilihan karir, Surakarta

1. Pendahuluan

Start-Up menjadi topik yang menarik minat dari berbagai pihak yang memiliki kepentingan dalam pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan solusi mengenai teknologi digital. Dalam buku "The Start-Up Owner's Manual" oleh Blank dan Dorf (2012), Start-Up adalah organisasi sementara yang dibangun untuk menelaah model bisnis yang berkelanjutan. Definisi lain menurut Suwarno & Silvianita (2017), Start-Up adalah perusahaan yang mempunyai

perkembangan yang cepat, beroperasi menggunakan konsep teknologi, dan dijalankan oleh karyawan yang berjumlah kurang dari 20 orang. Sedangkan menurut Ries (2011), Start-Up adalah institusi manusia yang dirancang untuk menciptakan produk atau jasa di tengah ketidakpastian yang ekstrem.

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah Start-Up paling banyak di Asia Tenggara, peringkat ke-2 Asia, dan peringkat ke-6 skala Global, di mana per 11 Januari 2024 terdapat Start-Up dengan total 2.562 Start-Up di Indonesia (Finaka dkk., 2024). Banyaknya Start-Up di Indonesia menambah pilihan bagi Generasi Z untuk menentukan karirnya. Generasi Z adalah penduduk yang lahir antara tahun 1997 hingga tahun 2012 (Dolot, 2018). Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) disebutkan bahwa Generasi Z mendominasi populasi penduduk di Indonesia dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi (Rainer, 2023). Sedangkan berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) di Surakarta, populasi Generasi Z mencapai 22,44% dari total sekitar 528.044 jiwa penduduk Surakarta.

Generasi Z dapat dikatakan sebagai generasi yang lahir di dunia teknologi, sehingga teknologi dan informasi sudah merupakan bagian dari kehidupan mereka (Andrea dkk., 2016). Perkembangan teknologi dapat meningkatkan kualitas SDM melalui inovasi dan ide kreatif baru yang dapat melatih otak mereka untuk berpikir lebih efektif dan efisien (Bagus dkk., 2022). Menurut Ayu (2017) istilah Start-Up sering kali dihubungkan dengan teknologi, web, internet, dan sejenisnya. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kesamaan karakteristik dan mengindikasikan kecocokan dengan perusahaan Start-Up.

Sebagai generasi yang mengerti akan teknologi dan informasi, generasi Z menjadi generasi yang banyak diincar perusahaan karena kemampuan unik mereka untuk berpikir out of the box dan mengusulkan solusi kreatif terhadap permasalahan yang kompleks, serta memiliki pola pikir kewirausahaan dan kemauan mengambil risiko dapat mendorong inovasi dalam organisasi (Gould, 2023). Sedangkan pada Generasi Z sendiri, mereka juga sangat selektif dalam memilih karir mereka di masa depan karena Generasi Z memandang bahwa untuk dapat mengembangkan karir, mereka harus memilih pekerjaan yang sesuai dengan minat dan hal yang mereka sukai (Hafidz, 2020). Meskipun disebut sebagai generasi yang memiliki banyak kesamaan karakteristik dengan Start-Up, namun banyak faktor-faktor yang menjadi pertimbangan tersendiri bagi Generasi Z untuk memilih berkarir di bidang Start-Up.

Sama seperti memutuskan untuk menjatuhkan pilihan berkarir di bidang-bidang lain, hal-hal seperti persepsi, motivasi, dan nilai sosial menjadi faktor yang dapat mempengaruhi penentuan pilihan seseorang dalam berkarir di bidang Start-Up. Menurut Lubis (2014) dalam bukunya yang berjudul "Akuntansi Keperilakuan", persepsi adalah bagaimana seseorang menginterpretasikan suatu hal. Dalam menentukan pilihan berkarir, persepsi memiliki peran yang penting karena persepsi dapat mempengaruhi motivasi seseorang. Apabila Generasi Z memiliki kesalahan persepsi terhadap Start-Up, maka tidak menutup kemungkinan bahwa mereka tidak akan bertahan lama berkarir di bidang tersebut karena ekspektasinya tidak sesuai dengan realita yang nantinya juga akan berpengaruh terhadap motivasi mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Sentika dkk (2020) menunjukkan bahwa motivasi untuk berkarir di bidang Start-Up masih minim. Motivasi menjadi faktor bagi seseorang untuk melakukan sesuatu serta meyakini persepsi yang ada (Reskantika dkk., 2019). Hal-hal yang dapat memengaruhi pilihan seseorang dalam menentukan karir berasal dari motivasi yang mereka miliki, di mana pada dasarnya ketika seseorang memiliki motivasi yang tinggi untuk mencapai sesuatu, maka usaha yang dilakukan juga akan semakin besar (Zulaika & Sari, 2023).

Kebanyakan orang biasanya juga akan lebih suka jika memiliki pekerjaan yang terlihat lebih prestis dan memiliki nilai sosial yang tinggi ketika dipandang masyarakat karena hal tersebut akan memberikan nilai tambah bagi pekerja dari segi nilai perusahaan (Darmawan & Rosidi, 2018). Nilai sosial dapat mencerminkan penilaian orang lain terhadap seseorang dalam lingkungannya. Nilai tersebut berhubungan dengan pandangan masyarakat terhadap karir

seseorang, di mana jika seseorang memiliki pekerjaan yang dianggap bergengsi oleh masyarakat dapat memberikan kebanggaan pada diri sendiri (Widianti dkk., 2024).

Dari variabel-variabel yang diajukan, peneliti ingin mengetahui ada atau tidaknya pengaruh persepsi, motivasi, dan nilai sosial terhadap pilihan berkarir Generasi Z di bidang Start-Up pada wilayah Surakarta supaya SDM yang akan direkrut oleh Start-Up dari Generasi Z memang benar-benar tepat sasaran. Hal ini juga selaras dengan usaha peningkatan kualitas SDM pada Start-Up di mana Start-Up sendiri memerlukan minimal tiga kemampuan yang harus dimiliki oleh SDM Start-Up, yaitu: bisnis, teknologi informasi, dan desain yang di mana hal tersebut sesuai dengan karakteristik Generasi Z (Hardiansyah & Tricahyono, 2019). Sehingga untuk membantu Start-Up lebih berkembang terutama pada bagian Sumber Daya Manusia (SDM), perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh persepsi, motivasi, dan nilai sosial terhadap pilihan berkarir Generasi Z di bidang Start-Up.

2. Tinjauan Pustaka

Grand Theory

Grand theory pada penelitian ini adalah Teori Motivasi (Hirarki Kebutuhan) oleh Abraham Harold Maslow. Maslow (1943) mengemukakan bahwa kebutuhan dan kepuasan manusia memiliki 5 hirarki atau tingkatan, yaitu kebutuhan fisiologis (*physiological needs*), kebutuhan terhadap rasa aman (*safety/security needs*), kebutuhan terhadap kasih sayang (*social needs*), kebutuhan terhadap penghargaan (*esteem needs*), dan kebutuhan terhadap aktualisasi diri (*self-actualization needs*).

Persepsi

Dalam buku yang berjudul "Akuntansi Keperilakuan", Lubis (2014) yang mengemukakan bahwa bahwa persepsi adalah bagaimana seseorang menginterpretasikan suatu hal. Persepsi adalah pandangan tentang suatu hal yang dihasilkan melalui proses analitis yang kompleks (Luthans, 2010). Robbins (2003) dalam bukunya yang berjudul "Perilaku Organisasi" mendefinisikan persepsi sebagai sebuah proses memberikan kesan bagi lingkungan yang dilakukan oleh manusia dengan mengatur serta memahami kesan-kesan sensorik mereka.

Motivasi

Dalam buku yang berjudul "*Organizational Behavior*", Luthans (2010) menjelaskan bahwa motivasi adalah suatu hal yang dapat membangun, menambah semangat sikap seseorang. Menurut Supardi dan Anwar (2002) dalam buku "Dasar-dasar Perilaku Organisasi", motivasi adalah situasi pada diri seseorang yang memunculkan dorongan, tekad, keinginan, dan antusias orang tersebut untuk melakukan aktivitas tertentu untuk mencapai tujuan. Menurut Bailey dan Philips (2016), motivasi adalah efek yang didapatkan dari suatu hal yang diusahakan oleh seseorang berhubungan dengan perilakunya.

Nilai Sosial

Menurut Umar (2015) nilai sosial adalah sebuah hal berharga yang memiliki hubungan dengan keterkaitan antar individu yang merujuk pada hal-hal manusiawi serta menggambarkan sikap sukarela. Nilai sosial adalah dampak dari aktivitas yang memiliki tujuan untuk membangun perkembangan nilai sosial yang berkelanjutan (Szabó & Krátki, 2018). Menurut Vieyt (2022) nilai sosial adalah sistem di mana konsep pergantian sosial, kebiasaan, dan kultur menentukan nilai yang ada di dalamnya. Maksud dari nilai sosial di sini adalah tentang bagaimana karir dapat dilihat sebagai suatu hal yang memiliki nilai lebih oleh orang lain karena rasa bangga akan muncul apabila kita memiliki karir yang memiliki nilai atau kelebihan di pandangan masyarakat (Widianti dkk., 2024).

Pilihan Berkarir

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Putri dkk., 2021) John Holland mengemukakan bahwa pilihan berkarir adalah bentuk ungkapan atau pengembangan karakter diri, terlibat dalam suatu bidang pekerjaan, dan membentuk reputasi profesional yang spesifik. Dalam Usrawati (2019), Ginzberg dan teman sejawatnya menjelaskan bahwa pilihan berkarir

merupakan suatu proses mutlak yang terjadi dalam jangka waktu tertentu dan diklasifikasikan berdasarkan keputusan yang diambil oleh seseorang dengan mempertimbangkan antara harapan dan peluang.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori (explanatory research) dengan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh persepsi, motivasi, dan nilai sosial terhadap pilihan berkarir di bidang Start-Up pada Generasi Z di Surakarta. Penelitian eksplanatori bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel, yaitu variabel independen dengan variabel dependen. Variabel persepsi diartikan sebagai pandangan Generasi Z dalam menilai dan menginterpretasikan pilihan karir di bidang Start-Up. Persepsi ini diukur menggunakan kuesioner berisi pernyataan mengenai penilaian terhadap perkembangan Start-Up, nilai karir di bidang Start-Up, peluang pengembangan keterampilan, serta stabilitas dan prospek karir di bidang tersebut. Variabel motivasi menggambarkan faktor-faktor yang dapat mendorong Generasi Z untuk berkarir di Start-Up, seperti pemenuhan kebutuhan dasar, potensi peningkatan penghasilan, stabilitas finansial, prospek karir jangka panjang, peluang membangun jaringan, dan rasa percaya diri. Pengukuran motivasi juga dilakukan melalui kuesioner yang dinilai dengan skala likert 5 poin.

Selanjutnya, variabel nilai sosial mengukur persepsi masyarakat terhadap karir di bidang Start-Up sebagai sesuatu yang berharga dan membanggakan. Penilaian ini meliputi pandangan masyarakat tentang karir di Start-Up sebagai langkah tepat di era digital dan peluang masa depan yang menjanjikan. Variabel terakhir adalah pilihan berkarir yang diartikan sebagai minat Generasi Z dalam memilih karir di Start-Up. Minat ini diukur dengan kuesioner yang memuat pernyataan mengenai antusiasme dan keseriusan dalam memilih Start-Up sebagai karir masa depan.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden Generasi Z di Surakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner, yang disebarkan secara online dan offline kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Sebelum penyebaran skala besar, dilakukan uji coba kuesioner pada sekelompok kecil responden untuk memastikan bahwa pernyataan dalam kuesioner mudah dipahami. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z yang berdomisili di Surakarta. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Surakarta, populasi Generasi Z di kota tersebut mencapai 22,44% dari total penduduk sekitar 528 ribu jiwa. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria Generasi Z yang tertarik berkarir di Start-Up dan berada pada rentang usia 18 hingga 30 tahun. Jumlah sampel dihitung dengan rumus Slovin, yang menghasilkan jumlah minimal 118 responden Generasi Z di Surakarta.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan melalui kuesioner benar-benar akurat, dengan menggunakan rumus Pearson Product Moment. Sementara itu, uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi instrumen dalam mengumpulkan data, menggunakan rumus Cronbach Alpha. Perangkat lunak JASP atau Jeffreys's Amazing Statistics Program digunakan untuk melakukan analisis data dalam penelitian ini.

4. Hasil dan Pembahasan

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden yang berjumlah total 134 orang, diperoleh penyebaran data sebagai berikut:

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	90	67,2%
2.	Laki-laki	44	32,8%
Total		134	100%

Sumber: Olahan data primer, 2024

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden penelitian berdasarkan jenis kelamin. Dari hasil distribusi diketahui bahwa 67,2% responden berjenis kelamin perempuan dan 32,8% berjenis kelamin laki-laki.

Distribusi Responden Berdasarkan Domisili

Berdasarkan domisili responden yang berjumlah total 134 orang, diperoleh penyebaran data sebagai berikut:

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Domisili

No.	Domisili	Jumlah	Persentase
1.	Surakarta	127	94,8%
2.	Sukoharjo	7	5,2%
Total		134	100%

Sumber: Olahan data primer, 2024

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden penelitian berdasarkan domisili. Dari hasil distribusi diketahui bahwa 94,8% responden berdomisili di Surakarta dan 5,2% berdomisili di Sukoharjo.

Distribusi Responden Berdasarkan Usia Siap Berkarir

Berdasarkan pernyataan usia siap berkarir responden yang berjumlah total 134 orang, diperoleh penyebaran data sebagai berikut:

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Usia Siap Berkarir

No.	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1.	Ya	134	100%
2.	Tidak Menjawab	0	0%
Total		134	100%

Sumber: Olahan data primer, 2024

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden penelitian berdasarkan usia siap berkarir. Dari hasil distribusi diketahui bahwa 100% responden menyatakan berada pada usia yang siap berkarir yaitu 18-30 tahun.

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden yang berjumlah total 134 orang, diperoleh penyebaran data sebagai berikut:

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (dalam tahun)	Jumlah	Persentase
1.	19	14	10,4%
2.	20	31	23,1%
3.	21	37	27,6%
4.	22	31	23,1%

5.	23	11	8,3%
6.	24	4	3%
7.	25	4	3%
8.	26	2	1,5%
Total		134	100%

Sumber: Olahan data primer, 2024

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden penelitian berdasarkan usia. Dari hasil distribusi diketahui bahwa 10.4% berusia 19 tahun, 23.1% berusia 20 tahun, 27.6% berusia 21 tahun, 23.1% berusia 22 tahun, 8.3% berusia 23 tahun, 3% berusia 24 tahun, 3% berusia 25 tahun, dan 1.5% berusia 26 tahun.

Distribusi Responden Berdasarkan Status Pendidikan

Berdasarkan pernyataan status pendidikan responden yang berjumlah total 134 orang, diperoleh penyebaran data sebagai berikut:

Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Status Pendidikan

No.	Sedang Menempuh Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	Ya	134	94%
2.	Tidak	8	6%
Total		134	100%

Sumber: Olahan data primer, 2024

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden penelitian berdasarkan status pendidikan. Dari hasil distribusi diketahui bahwa 94% responden menyatakan sedang menempuh pendidikan dan 6% menyatakan tidak sedang menempuh pendidikan.

Distribusi Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi (PT)

Berdasarkan asal Perguruan Tinggi (PT) responden yang berjumlah total 134 orang, diperoleh penyebaran data sebagai berikut:

Tabel 6. Distribusi Responden Berdasarkan Asal PT

No.	Asal PT	Jumlah	Persentase
1.	UMS	78	58,2%
2.	UTP	15	11,2%
3.	UNISRI	8	6%
4.	UIN RMS	9	6,7%
5.	UNS	10	7,5%
6.	ISI	6	4,4%
7.	-	8	6%
Total		134	100%

Sumber: Olahan data primer, 2024

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden penelitian berdasarkan asal Perguruan Tinggi (PT). Dari hasil distribusi diketahui bahwa 58.2% berasal dari Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS), 11.2% berasal dari Universitas Tunas Pembangunan (UTP) Surakarta, 6% berasal dari Universitas Slamet Riyadi (UNISRI), 6.7% berasal dari Universitas Islam Raden Mas Said (UIN RMS) Surakarta, 7.5% berasal dari Universitas Negeri Sebelas Maret (UNS), 4.4%

berasal dari Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta, dan 6% tidak berasal dari Perguruan Tinggi (PT) manapun karena responden tidak sedang menempuh pendidikan.

Distribusi Responden Berdasarkan Ketertarikan Untuk Berkarir di Bidang *Start-Up*

Berdasarkan pernyataan ketertarikan untuk berkarir di bidang *Start-Up* responden yang berjumlah total 134 orang, diperoleh penyebaran data sebagai berikut:

Tabel 7. Distribusi Responden Berdasarkan Ketertarikan Untuk Berkarir di Bidang *Start-Up*

No.	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1.	Ya	134	100%
2.	Tidak Menjawab	0	0%
Total		134	100%

Sumber: Olahan data primer, 2024

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden penelitian berdasarkan usia siap berkarir. Dari hasil distribusi diketahui bahwa 100% responden menyatakan memiliki ketertarikan untuk berkarir di bidang *Start-Up*.

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Validitas adalah sebuah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan sesuatu instrumen penelitian. Metode pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian adalah *Pearson Product Moment*. Item pertanyaan dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} (pearson correlation) lebih besar dari r_{tabel} *Product Moment*. Berikut ini adalah hasil pengujian uji validitas pada masing-masing variabel:

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi (X_1)

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	p	Status
1.	0,456	0,2008	< ,001	Valid
2.	0,299	0,2008	< ,001	Valid
3.	0,424	0,2008	< ,001	Valid
4.	0,572	0,2008	< ,001	Valid
5.	0,246	0,2008	< ,001	Valid
6.	0,370	0,2008	< ,001	Valid
7.	0,504	0,2008	< ,001	Valid
8.	0,396	0,2008	< ,001	Valid

Sumber: Olahan data primer, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Persepsi (X_1) diperoleh hasil bahwa dari delapan item pertanyaan dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan adanya nilai r_{hitung} yang lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} *product moment*. Dengan demikian item-item pertanyaan dalam variabel Persepsi (X_1) layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian, selanjutnya tabel di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk variabel Motivasi (X_2):

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi (X_2)

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	p	Status
1.	0,378	0,2008	< ,001	Valid
2.	0,282	0,2008	< ,001	Valid
3.	0,604	0,2008	< ,001	Valid
4.	0,431	0,2008	< ,001	Valid
5.	0,562	0,2008	< ,001	Valid
6.	0,517	0,2008	< ,001	Valid
7.	0,468	0,2008	< ,001	Valid
8.	0,439	0,2008	< ,001	Valid

Sumber: Olahan data primer, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Motivasi (X_2) diperoleh hasil bahwa dari delapan item pertanyaan dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan adanya nilai r_{hitung} yang lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} *product moment*. Dengan demikian item-item pertanyaan dalam variabel Motivasi (X_2) layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian, selanjutnya tabel di bawah ini adalah hasil uji validitas untuk variabel Nilai Sosial (X_3):

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Sosial (X_3)

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	p	Status
1.	0,396	0,2008	< ,001	Valid
2.	0,365	0,2008	< ,001	Valid
3.	0,362	0,2008	< ,001	Valid
4.	0,499	0,2008	< ,001	Valid
5.	0,391	0,2008	< ,001	Valid
6.	0,418	0,2008	< ,001	Valid
7.	0,440	0,2008	< ,001	Valid
8.	0,291	0,2008	< ,001	Valid

Sumber: Olahan data primer, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Nilai Sosial (X_3) diperoleh hasil bahwa dari delapan item pertanyaan dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan adanya nilai r_{hitung} yang lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} *product moment*. Dengan demikian item-item pertanyaan dalam variabel Nilai Sosial (X_3) layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan indikator yang menunjukkan bahwa sebuah instrumen dapat dipercaya dan dikatakan baik untuk digunakan sebagai alat pengukur (Arikunto, 2002). Pada penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel. Berikut ini adalah hasil pengujian uji reliabilitas pada seluruh variabel:

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas

Estimate	Cronbach's α	Status
Point estimate	0,743	Reliabel
95% CI lower bound	0,675	
95% CI upper bound	0,800	

Sumber: Olahan data primer, 2024

Pengujian reliabilitas pada seluruh variabel diperoleh nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari kriteria yang ditentukan, yaitu 0,6 yang mana menjelaskan bahwa semua variabel menunjukkan kuatnya reliabilitas. Dengan demikian maka seluruh uji instrumen yang terdiri dari validitas dan reliabilitas memenuhi persyaratan untuk dipakai dalam pengambilan keputusan penelitian.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen. Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini dengan melihat *Variable Inflation (VIF)* dari masing-masing variabel independen yang diteliti. Uji ini menggunakan dasar apabila model regresi memiliki VIF di sekitar angka 1, maka model regresi tersebut dapat dikatakan sebagai model bebas multikolinieritas. Batas VIF adalah 10 dan memiliki angka *tolerance* mendekati 1. Berikut adalah hasil pengujian uji multikolinieritas:

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance	Collinearity Statistics	
		VIF	
M0	(Intercept)		
M1	(Intercept)		
	X1	0,592	1,689
	X2	0,515	1,941
	X3	0,606	1,650

Sumber: Olahan data primer, 2024

Dengan melihat hasil pengujian multikolinieritas di atas, diketahui bahwa tidak ada satupun dari variabel bebas yang mempunyai nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1. Begitu juga nilai VIF masing-masing variabel tidak ada yang lebih besar dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi yang sempurna antara variabel independen, sehingga model regresi ini tidak ada masalah multikolinieritas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan mengetahui pengaruh persepsi, motivasi, dan nilai sosial terhadap pilihan berkarir Generasi Z di Surakarta. Adapun berdasarkan perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Analisis Linier Berganda

Model	Tolerance	95% CI	
		Lower	Upper
M0	(Intercept)	36,270	36,730
M1	(Intercept)	14,911	22,481
	X1	0,592	0,055
	X2	0,515	0,152
	X3	0,606	-0,046

Sumber: Olahan data primer, 2024

Berdasarkan tabel 13 yang merupakan hasil pengujian regresi linier berganda, diketahui bahwa variabel X_1 dan X_2 berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat karena nilai interval kepercayaan (CI) 95% untuk kedua variabel berada di atas nol. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi dan motivasi memiliki kontribusi yang nyata terhadap minat berkarir. Namun, variabel X_3 tidak berpengaruh signifikan karena interval kepercayaannya mencakup nilai nol, sehingga nilai sosial tidak memberikan pengaruh yang cukup kuat. Selain itu, tidak ditemukan masalah multikolinieritas, karena nilai *tolerance* untuk semua variabel berada dalam batas aman (di atas 0,1).

Uji signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi secara individu. Pengujian regresi digunakan pengujian dua arah (*two tailed test*) dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ yang berarti bahwa tingkat keyakinan adalah sebesar 95%. Berikut adalah hasil pengujian Uji signifikansi Parameter Individual (Uji t):

Tabel 14. Hasil Uji t

Model		Unstandar- dized	Standard Error	Standar- dized	t	p
M0	(Intercept)	36,500	0,116		313,55 4	< ,001
M1	(Intercept)	18,696	1,913		9,771	< ,001
	X1	0,168	0,057	0,245	2,936	0,004
	X2	0,259	0,054	0,428	4,787	< ,001
	X3	0,081	0,064	0,105	1,268	0,207

Sumber: Olahan data primer, 2024

Dari tabel hasil Uji signifikansi Parameter Individual (Uji t), diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

X_1 (Persepsi): Nilai t sebesar 2,936 dengan $p = 0,004$, menunjukkan bahwa variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan nilai p lebih kecil dari 0,05, X_1 secara statistik signifikan dalam mempengaruhi variabel dependen.

X_2 (Motivasi): Nilai t sebesar 4,787 dengan $p < 0,001$, menunjukkan bahwa variabel X_2 memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap variabel dependen. Nilai t yang tinggi dan p -value yang sangat kecil menguatkan kesimpulan ini.

X_3 (Nilai Sosial): Nilai t sebesar 1,268 dengan $p = 0,207$, menunjukkan bahwa variabel X_3 tidak signifikan dalam mempengaruhi variabel dependen karena nilai p lebih besar dari 0,05. Artinya, variabel ini tidak memberikan kontribusi yang cukup kuat terhadap perubahan pada variabel terikat.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F merupakan uji yang menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil pengujian Uji Signifikansi Simultan (Uji F):

Tabel 15. Hasil Uji F

ANOVA						
Model		Sum Squares	of df	Mean Square	F	p
M1	Regression	111,896	3	37,299	37,413	< ,001
	Residual	129,604	130	0,997		
	Total	241,500	133			

Sumber: Olahan data primer, 2024

Dari tabel hasil Signifikansi Simultan (Uji F), diperoleh hasil Nilai F = 37,413 dengan $p < 0,001$, ini berarti bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan, sehingga variabel-variabel

independen (X_1 , X_2 , dan X_3) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan uji yang mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Kecocokan model dikatakan lebih baik apabila nilai R^2 mendekati 1. Apabila $R^2 = 1$, maka dapat diartikan bahwa persentase variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel dependen (Y) adalah senilai dengan 100%. Apabila $R^2 = 0$, maka dapat diartikan bahwa variabel tidak dapat digunakan untuk membuat prediksi. Berikut adalah hasil pengujian Uji Determinasi (R^2):

Tabel 16. Hasil Uji R^2

Model	R	R ²	Adjus- ted R ²	RMSE	Durbin-Watson		
					Autocorrela tion	Statistic	p
M0	0.000	0.000	0.000	1.348	-0.100	2.199	0.246
M1	0.681	0.463	0.451	0.998	-0.036	2.065	0.723

Berdasarkan hasil uji R², model M1 menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan variasi data dibandingkan dengan model M0. Nilai R² pada model M1 sebesar 0,463 mengindikasikan bahwa 46,3% variabilitas variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas dalam model ini. Sementara itu, nilai RMSE yang lebih rendah pada M1 (0,998) menunjukkan tingkat kesalahan prediksi yang lebih kecil, yang berarti model ini lebih akurat dibandingkan M0. Dengan hasil Durbin-Watson sebesar 2,065 dan p-value sebesar 0,723 pada model M1, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi dalam model ini.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi terhadap Pilihan Berkarir

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Pilihan Berkarir. Pernyataan ini didukung oleh fakta bahwa nilai t sebesar 2,936 dengan $p = 0,004$, menunjukkan bahwa variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan nilai p lebih kecil dari 0,05, X_1 secara statistik signifikan dalam mempengaruhi variabel dependen. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sentika dkk., (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh terhadap pilihan berkarir secara parsial dan simultan.

Pengaruh Motivasi terhadap Pilihan Berkarir

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Motivasi memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap Pilihan Berkarir. Pernyataan ini didukung oleh fakta bahwa nilai t sebesar 4,787 dengan $p < 0,001$, menunjukkan bahwa variabel X_2 memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap variabel dependen. Nilai t yang tinggi dan p-value yang sangat kecil menguatkan kesimpulan ini. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati & Noermijati (2022) yang menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh terhadap minat untuk berkarir di bidang Start-Up.

Pengaruh Nilai Sosial terhadap Pilihan Berkarir

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Nilai Sosial tidak signifikan dalam mempengaruhi terhadap Pilihan Berkarir. Pernyataan ini terkonfirmasi oleh nilai t sebesar 1,268 dengan $p = 0,207$, menunjukkan bahwa variabel X_3 tidak signifikan dalam mempengaruhi variabel dependen karena nilai p lebih besar dari 0,05. Artinya, variabel ini tidak memberikan kontribusi yang cukup kuat terhadap perubahan pada variabel terikat. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Darmawan & Rosidi, (2018) yang menunjukkan bahwa Nilai Sosial tidak berpengaruh terhadap proses pemilihan karir.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa persepsi dan motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan berkarir di bidang Start-Up pada Generasi Z di Surakarta, sementara nilai sosial tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pilihan berkarir tersebut. Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu terbatas pada wilayah Surakarta dan tidak mempertimbangkan faktor eksternal lain yang mungkin relevan. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya mencakup sampel yang lebih luas dan mempertimbangkan variabel eksternal, seperti kondisi ekonomi atau kemajuan teknologi, untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pilihan berkarir di bidang Start-Up pada Generasi Z.

Daftar Pustaka

- Andrea, B., Gabriella, H. C., & Tímea, J. (2016). *Y and Z generations at workplaces*. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. PT. Rineka Cipta.
- Ayu, R. K. (2017). *Perempuan Pebisnis Startup di Indonesia dalam Perspektif Cybertopia*. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 1(2). <https://doi.org/10.25139/jsk.v1i2.167>
- Bagus, I., Wiguna, S. A., Setia Dewi, K., Septarini, N. K., Bahasa, F., Universitas, A., & Abstrak, M. D. (2022). *Dampak Kemajuan Teknologi Informasi pada Generasi Z di Era Society 5.0 bagi Sumber Daya Manusia*.
- Bailey, T. H., & Phillips, L. J. (2016). *The influence of motivation and adaptation on students' subjective well-being, meaning in life and academic performance*. *Higher Education Research and Development*, 35(2), 201–216. <https://doi.org/10.1080/07294360.2015.1087474>
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory* (2 ed.). Prentice-Hall.
- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company*. K & S Ranch.
- Darmawan, I. W. B., & Rosidi. (2018). *Pengaruh Nilai-nilai Sosial, Lingkungan Kerja, Personalitas, Pertimbangan Pasar Kerja, dan Pengaruh Orang Tua Terhadap Proses Pemilihan Karir Mahasiswa Akuntansi sebagai Akuntan Publik (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. Springer US. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>
- Dolot, A. (2018). *The characteristics of Generation Z*. *e-mentor*, 74, 44–50. <https://doi.org/10.15219/em74.1351>
- Finaka, A. W., Nurhanisah, Y., & Devina, C. (2024, Januari). *Startup Indonesia Terbanyak ke-6 di Dunia*. indonesiabaik.id. <https://indonesiabaik.id/infografis/startup-indonesia-terbanyak-ke-6-di-dunia>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gould, R. (2023, Agustus 8). *Keuntungan Utama Memiliki Gen Z di Tempat Kerja*. *Kehidupan Perguruan Tinggi Umum*. <https://www.rasmussen.edu/student-experience/college-life/the-top-advantages-of-having-gen-z-in-the-workplace/>
- Hafidz, L. (2020, September 9). *Potret Generasi Z: Native Digital yang Menciptakan Karir Sendiri*. <https://talentics.id/resources/blog/potret-generasi-z-native-digital-yang-menciptakan-karir-sendiri/>
- Hardiansyah, R., & Tricahyono, D. (2019). *Identifikasi Faktor-Faktor Kesuksesan Start Up Digital di Kota Bandung*. *Jurnal Ekonomi*, 27(2).
- Lubis, A. I. (2014). *Akuntansi Keperilakuan*. Salemba Empat.
- Luthans, Fred. (2010). *Organizational behavior: an Evidence-based Approach*. McGraw-Hill Irwin.

- Maslow, A. H. (1943). *A Theory of Human Motivation*. *Psychological Review*, 50(4).
- Nurhayati, A., & Noermijati. (2022). PENGARUH PERSEPSI, MOTIVASI, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN TINGKAT PENGETAHUAN TERHADAP MINAT UNTUK BERKARIR DI BIDANG START-UP. *JURNAL KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI*, 376. <https://doi.org/10.21776/jki.2022.01.4.01>
- Prameka, A. S., Sanusi, A., Futari II, O., & Kusnayain, Y. I. (2021). *The Influence of Employer Branding Towards Generation Z Students Attractiveness on Start-up Unicorn*. *Hasanuddin Economics and Business Review*, 5(2), 36. <https://doi.org/10.26487/hebr.v5i2.2910>
- Purba, E. F., & Simanjuntak, P. (2011). *METODE PENELITIAN* (1 ed.). Percetakan SADIA.
- Putri, I. E., Yusuf, A. M., & Afdal, A. (2021). *Perspektif Teori Holland dalam Pemilihan Karir Siswa*. *EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(4), 1669–1675. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i4.591>
- Rahi, S. (2017). *Research Design and Methods: A Systematic Review of Research Paradigms, Sampling Issues and Instruments Development*. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 06(02). <https://doi.org/10.4172/2162-6359.1000403>
- Rainer, P. (2023, Agustus 29). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*. *Good Stats*. <https://data.goodstats.id/statistic/pierrerainer/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Reskantika, R., Paminto, A., & Ulfah, Y. (2019). *Pengaruh gaya kepemimpinan dan budaya organisasi serta motivasi terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi*. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 195–202. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Ries, E. (2011). *THE LEAN STARTUP*.
- Robbins, S. P. (2003). *Perilaku Organisasi / Stephen P. Robbins; Alih Bahasa, Tim Indeks* (1 ed.). PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Sentika, S., Yunizar, & Muizu, W. O. Z. (2020). PENGARUH PERSEPSI MENGENAI STARTUP TERHADAP PILIHAN BERKARIR DI BIDANG STARTUP MELALUI MOTIVASI PADA MAHASISWA GENERASI Y DAN GENERASI Z DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(3).
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1 ed.). Alfabeta.
- Supardi, & Anwar, S. (2002). *Dasar-dasar Perilaku Organisasi* (1 ed.). UII Press Yogyakarta.
- Suwarno, D. J., & Silvianita, A. (2017). *Knowledge Sharing dan Inovasi Pada Industri Startup*. *Jurnal Ecodemica*, 1(1).
- Szabó, R. Z., & Krátki, N. (2018). *Social Value Creation and Impact Measurement*. *Theory, Methodology, Practice*, 14(1), 15–25. <https://doi.org/10.18096/tmp.2018.01.02>
- Umar, J. (2015). *PERANAN NILAI SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN PENDIDIKAN UMUM*.
- Usmawati, E. (2019). *GINZBERG'S THEORY OF CAREER*. *Widyaiswara PPPPTK Penjas BK*. <http://p4tkpenjasbk.kemdikbud.go.id/artikel/>
- Vieyt, R. (2022). *Social values and their role in society*. *Global Journal of Sociology and Anthropology*, 11(2), 1–002. www.internationalscholarsjournals.com
- Walgito, B. (2010). *PENGANTAR PSIKOLOGI UMUM*. www.freepik.com
- Widianti, E., Amelia, N., Tinggi, S., Yogyakarta, E. I., & Ab, I. (2024). *PENGARUH NILAI SOSIAL DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP MINAT KERJA MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH DI KOTA YOGYAKARTA*. 3(2).
- Zulaika, Y. F., & Sari, D. P. (2023). *PENGARUH MOTIVASI, LINGKUNGAN KERJA, NILAI SOSIAL, DAN KECERDASAN ADVERSITY TERHADAP MINAT MAHASISWA UNTUK MENJADI AKUNTAN PUBLIK*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 8(2), 277–284. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v8i2.25382>