
HUBUNGAN SELF EFFICACY DENGAN TURNOVER INTENTION KARYAWAN MARKETING PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI PT. FIRST STATE FUTURE SURABAYA

Oleh

Dinar Cahyaningstiyas Hastuti¹, Sutarto Wijono²

^{1,2}Program Studi S1 Psikologi, Fakultas Psikologi, Uniersvitas Kristen Satya Wacana Salatiga

E-mail: ¹1802017@student.uksw.edu, ²sutarto.wijono@uksw.edu

Article History:

Received: 26-11-2022

Revised: 14-12-2022

Accepted: 02-01-2023

Keywords:

Self Efficacy, Turnover Intention, Karyawan Marketing

Abstract: *Turnover intention merupakan keinginan karyawan yang dipikirkan secara sadar untuk megundurkan diri dari pekerjaannya dan mencari pekerjaan lain yang ia anggap lebih baik dari pekerjaan sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan antara self-efficacy dengan turnover intention di Marketing PT. First State Future. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu, Terdapat hubungan positif antara self-efficacy karyawan Marketing PT. First State Future terhadap turnover intention, dalam artian semakin besar self-efficacy yang dimiliki karyawan marketing maka akan semakin rendah turnover intention karyawan marketing. Penelitian ini menggunakan sebanyak 100 subjek karyawan marketing PT. First State Future dengan menggunakan Teknik Saturation sampling dan pendekatan kuantitatif korelasional. Pengambilan data yang dilakukan yaitu dengan menggunakan skala self efficacy dan skala turnover intention serta dianalisis menggunakan korelasi product moment. Penelitian ini menggunakan sebanyak 201 subjek karyawan milenial di kota Cilegon dengan menggunakan teknik convinience sampling dan pendekatan kuantitatif korelasional. Pengambilan data yang dilakukan yaitu dengan menggunakan skala komitmen kerja dan skala kompetensi serta dianalisis menggunakan korelasi product moment. Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,614 dan signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang artinya terdapat hubungan positif antara self efficacy dengan turnover intention karyawan marketin PT. First State Future*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan ekonomi, teknologi dan industri membuat setiap perusahaan berusaha saling berkompetisi satu sama lain. Namun, terjadinya pandemi Covid-19 di hampir seluruh negara termasuk Indonesia membuat setiap bisnis menjadi terganggu dan

membuat tiap perusahaan harus mengupayakan berbagai macam cara untuk beradaptasi dengan kondisi seperti. Hal ini juga yang terjadi pada PT FIRST STATE FUTURE SURABAYA. Perusahaan ini sangat berusaha memperjuangkan datangnya investor, mereka mencoba melakukannya dengan berbagai cara namun memang tidak dapat dipungkiri bahwa kondisi pandemic menyulitkan mereka untuk menemukan investor. Kondisi ini juga membuat para karyawan menjadi khawatir akan kehilangan pekerjaannya dimasa ini.

Pada Sabtu, 22 Januari 2022, penulis melakukan observasi dan wawancara dengan 7 orang karyawan Marketing daitemukan bahwa sebanyak 2 orang karyawan menyatakan diri bahwa mereka sering berpikir untuk mengajukan pengunduran diri karena tekanan kerja yang tidak dapat diatasi. Sementara itu, ada 3 orang karyawan menjelaskan bahwa mereka sering berfikir untuk pergi mencari pekerjaan lain dikarenakan situasi pandemi yang membuat para Marketing sulit bernegosiasi meyakinkan investor/client untuk investasi sebuah saham. Ada 2 orang karyawan lainnya mengeluhkan ingin mencari alternatif pekerjaan karena sulitnya mencari investor dikala pendapatan mereka hanya bergantung pada komisi saja. Atas dasar beberapa fenomena tersebut dapat diduga ada masalah yang berkaitan dengan *turnover intention* bagi beberapa karyawan di perusahaan tersebut.

Oleh sebab itu, *turnover intention* harus disikapi sebagai suatu fenomena dan perilaku manusia yang penting dalam kehidupan berorganisasi baik dari sudut pandang individu maupun sosial. *Turnover intention* telah menjadi agenda penting untuk diteliti perusahaan karena keinginan karyawan untuk keluar dari perusahaan akan menimbulkan tanda tanya besar bagi perusahaan (Januartha & Adnyani, 2019). Munculnya fenomena *turnover* karyawan di Indonesia terutama pada masa pandemi tentunya berimbas pada perusahaan mengingat biaya perekrutan dan pelatihan karyawan yang tidak sedikit, khawatir karyawan baru yang tidak sepadandari sebelumnya, serta tingkat kecelakaan kerja para karyawan baru cenderung lebih tinggi. Selain itu, beberapa perusahaan juga merasa frustrasi karena proses rekrutmen yang telah dijalankan untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas menjadi sia-sia karena karyawan tersebut melakukan *turnover* (Sari, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian Karomah (2020), menjelaskan bahwa fakta dimana seorang karyawan ingin keluar berdampak pada kinerja dan perilaku kerja mereka. Karyawan akan menunjukkan hal tersebut dengan tidak melakukan tugas dan tanggung jawabnya di tempat kerja. Selain itu, karyawan yang merasa yakin bahwa mereka dapat melakukan pekerjaannya dengan baik cenderung tidak ingin keluar. Hartono dalam Januartha dan Adndyani (2019) menjelaskan bahwa intensi terjadinya *turnover* ditandai oleh banyakhal yang menyangkut perilaku karyawan seperti absensi yang meningkat, kurangnya tata tertib, hilangnya minat dan keseriusan dalam menyelesaikan tanggung jawab, serta memprotes atasan. Selain itu, *turnover intention* juga dinilai dapat berdampak pada kondisi psikologis karyawan dimana ia akan merasakan kebimbangan dan hilangnya fokus saat bekerja. Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa terjadinya *turnover intention* memiliki dampak baik bagi individu dan bagi perusahaan. Umumnya perusahaan mengalami kerugian dalam hal financial dan pengembangan karyawan, sementara pada individu cenderung merasakan dampak secara psikis.

Lebih lanjut, Mobley (1978) mengungkapkan terdapat tiga faktor yang mendasari

adanya *turnover intention* pada karyawan. Faktor pertama yaitu *personality job fit*, hal ini berkaitan dengan kondisi psikologis karyawan marketing terhadap lingkungan kerjanya, hal ini mencakup kepribadian karyawan seperti pendidikan, status pernikahan, efikasi diri, *self esteem*, *self improvement*, gaji, umur, promosi dan hal-hal lain yang berkaitan dengan pekerjaannya. Faktor kedua yaitu komitmen organisasi, yaitu gambaran kontribusi karyawan pada pekerjaan dan perusahaan tempatnya bekerja dan faktor yang terakhir yaitu lingkungan kerja meliputi kualitas lingkungan sosial budaya seperti hubungan antara rekan kerja, atasan ataupun bawahan, tempat bekerja, keadaan suhu atau cuaca, bangunan atau lokasi tempat bekerja (safira, 2019).

Hasil penelitian Kartika & Prihatsanti (2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *self-efficacy* dengan *turnover intention*, sama halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rohmawati (2018) dan Ernawati (2019) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self-efficacy* dengan *turnover intention*. Namun, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadhoani (2020) tentang bagaimana rasa *self-efficacy* seseorang memengaruhi apakah mereka ingin berhenti dari pekerjaannya atau tidak Badan SAR nasional menunjukkan bahwa efikasi diri berdampak besar dan buruk pada rencana pergantian karyawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh yang besar dan negatif. Artinya, jika seorang pekerja memiliki lebih banyak keterampilan, dia cenderung ingin keluar atau beralih pekerjaan. (Gangloff, 2017).

Fokus penelitian ini, besar kecilnya populasi, besar kecilnya sampel, dan tempat penelitian dilakukan semuanya berbeda dengan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Selain itu, pada penelitian sebelumnya, *turnover intention* digunakan sebagai variabel penghubung atau intervening, namun dalam penelitian ini variabel yang diteliti. Dengan SPSS versi 26, regresi digunakan sebagai metode untuk menganalisis data. Penelitian ini melihat hubungan antara efikasi diri dengan niat keluar dari PT. First State Future. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dikatakan bahwa PT. First State Future karyawan memiliki masalah dengan rencana mereka untuk meninggalkan perusahaan. Dalam penelitian ini, penulis ingin melakukan penelitian pada PT. First State Future karena merupakan salah satu perusahaan pialang berjangka terbesar di Indonesia. Berdasarkan hal-hal tersebut, peneliti ingin mengetahui seberapa besar kemungkinan PT. Karyawan First State Futures akan meninggalkan pekerjaan mereka.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu terletak pada populasi dalam penelitian dan teknik analisis yang digunakan dikarenakan penelitian ini akan mencari pengaruh maka teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode analisis chi-square.

LANDASAN TEORI

A. *Turnover intention*

1. Pengertian *Turnover intention*

Mobley dalam Karomah (2020) *turnover* adalah jumlah orang yang meninggalkan pekerjaannya secara sukarela. Sementara itu Tett & Meyer (1993) menjelaskan bahwa *turnover* adalah respons mental karyawan terhadap keseluruhan kondisi kerja yang membuat mereka berpikir untuk berhenti dan mencari pekerjaan yang lebih baik (ahmad, 2018).

2. Aspek – Aspek *Turnover intention*

Mobley dalam Karomah (2020) mengungkapkan bahwa terdapat tiga aspek yang mendasari intensi *turnover* pada karyawan, yang pertama yaitu :

- a. *Thinking of quitting* (Munculnya pemikiran untuk keluar dari organisasi), Sebagian besar waktu, ini terjadi karena karyawan tidak senang dengan pekerjaan mereka atau hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan mereka
- b. *Intention to search for alternatives* (Intensi mencari pekerjaan ditempat lain), Ini menunjukkan bahwa orang ingin mencari pekerjaan yang menurut mereka lebih baik daripada yang sudah mereka miliki
- c. *Intention to quit* (Intensi untuk meninggalkan perusahaan), hal ini menggambarkan karyawan yang berniat untuk keluar apabila sudah menemukan pekerjaan yang ia rasa tepat dan merasa yakin untuk meninggalkan perusahaan.

3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi *Turnover intention*

Personality job fit merupakan kepribadian karyawan, latar belakang pendidikan, status pernikahan, efikasi diri, *self esteem*, *self improvement*, gaji, umur, promosi dan hal-hal lain yang berkaitan dengan pekerjaan karyawan. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Prawitasari (2016) bahwa usia, jam kerja, tingkat pendidikan, keterikatan pada organisasi, kepuasan kerja dan budaya organisasi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi niat penjualan. Robbins & Richter 2017:97 menemukan bahwa kepribadian terkait pekerjaan meningkatkan kepuasan kerja dan mengurangi risiko pengunduran diri pada pekerja, dan juga berpendapat bahwa orang yang pekerjaannya sesuai dengan kepribadian seharusnya lebih bahagia dan meminimalkan risiko pengunduran diri dibandingkan dengan orang yang pekerjaannya tidak sesuai.

B. Self-efficacy

1. Pengertian Self-efficacy

Albert Bandura (1986) mendefinisikan karyawan yang merasakan hubungan yang kuat dengan perusahaan tempat mereka bekerja memiliki dan mengembangkan rasa memiliki, keamanan, kemanjuran, tujuan, dan makna dalam hidup, serta pandangan positif tentang diri mereka sendiri. (Keshavarz, 2020). Niu dalam Rohmawati (2018) menjelaskan efikasi diri sebagai hasil dari bagaimana lingkungan berinteraksi dengan mekanisme penyesuaian dan kemampuan diri, serta dengan pengalaman dan pendidikan. Selain itu, *self-efficacy* adalah ukuran seberapa besar seseorang berpikir bahwa dia dapat mempengaruhi kesuksesannya sendiri dan kesuksesan orang lain. (Corry & Stella, 2018). *Self-efficacy* sebagai hasil dari bagaimana lingkungan berinteraksi dengan mekanisme penyesuaian dan kemampuan diri, serta dengan pengalaman dan pendidikan. Selain itu, *self-efficacy* adalah ukuran seberapa besar seseorang berpikir bahwa dia dapat mempengaruhi kesuksesannya sendiri dan kesuksesan orang lain.

2. Aspek Self-efficacy

Menurut Bandura (1997), terdapat tiga aspek yang mempengaruhi *self-efficacy* ini yakni:

- a. *Magnitude/Level*, hal ini merupakan suatu tingkatan keyakinan individu untuk melakukan sesuatu

- b. *Strength*, hal ini mengacu pada keyakinan yang dibuat oleh individu, ketika individu memiliki harapan maka cenderung akan lebih siap menghadapi tantangan dalam segala aspek termasuk pekerjaannya
- c. *Generality*, aspek ini berkaitan dengan pengalaman yang sudah didapatkan sebelumnya individu yang memiliki pengalaman lebih dalam menghadapi permasalahan dalam pekerjaannya akan lebih mudah dalam menghadapi tugas dan permasalahan dimasa depan.
- d. Dinamika Hubungan Antara Self Efficacy dan Turnover Intention

Beberapa tahun terakhir organisasi memprioritaskan untuk mempelajari niat karyawan untuk meninggalkan perusahaan, karena hal ini dapat menimbulkan keraguan serius pada kesuksesan perusahaan di masa depan (Januartha & Adnyani, 2019). Dapat dikatakan bahwa bisnis di Indonesia telah merasakan dampak dari peningkatan pergantian karyawan baru-baru ini, terutama setelah pandemi, karena merekrut dan melatih pekerja baru memerlukan biayanya sendiri maka selalu ada risiko mendapatkan seseorang yang tidak sesuai standar. Selain itu, tingkat kecelakaan kerja biasanya lebih tinggi untuk karyawan baru, beberapa bisnis pun banyak yang merasa kecewa dengan fakta bahwa upaya mereka untuk merekrut pekerja terampil sia-sia karena mereka memutuskan untuk *resign*.

Produktivitas dan sikap pekerja di tempat kerja menderita ketika mereka berpikir untuk berhenti, karyawan akan menunjukkan ini dengan melalaikan kewajiban mereka dan gagal menyelesaikan tugas yang diberikan. Sebagai bonus tambahan, tingkat retensi lebih tinggi saat pekerja menikmati pekerjaan mereka dan percaya diri dengan kemampuan mereka untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sukses. Perilaku yang mencakup peningkatan ketidakhadiran, kurangnya disiplin, kurangnya semangat dan kesungguhan dalam memenuhi kewajiban, dan memprotes atasan merupakan indikator niat karyawan untuk keluar. Niat berpindah juga dianggap memengaruhi kesehatan mental pekerja, membuat mereka tidak yakin akan langkah selanjutnya dan kurang berkomitmen pada pekerjaan mereka.

Berdasarkan apa yang telah disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa baik orang maupun bisnis terpengaruh ketika niat *turnover* terjadi. Perusahaan sering menderita kerugian moneter dan pengembangan karyawan, sementara orang sering menderita efek emosional dan mental.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu, Terdapat hubungan positif antara *self-efficacy* karyawan Marketing PT. First State Future terhadap *turnover intention*, dalam artian semakin besar tingkat *self-efficacy* yang dimiliki karyawan marketing maka akan semakin rendah tingkat *turnover intention* karyawan marketing, begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat *self-efficacy* yang dimiliki karyawan marketing maka akan semakin tinggi intensi untuk melakukan *turnover*.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain korelasional untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu *self-efficacy* sebagai variabel bebas,

dan *turnover intention* sebagai variabel terikat.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3. Self-efficacy

Self-efficacy adalah bentuk keyakinan pada diri individu untuk menghadapi permasalahan dalam segala aspek kehidupan, aspek yang dimiliki oleh self-efficacy yaitu Magnitude/Level, hal ini merupakan suatu tingkatan keyakinan individu untuk melakukan sesuatu, Strength, hal ini mengacu pada keyakinan yang dibuat oleh individu, ketika individu memiliki harapan maka cenderung akan lebih siap menghadapi tantangan dalam segala aspek termasuk pekerjaannya.

4. Turnover intention

Turnover intention adalah munculnya keinginan karyawan yang dipikirkan secara sadar untuk mengundurkan diri dari pekerjaannya dan mencari pekerjaan lain yang ia anggap lebih baik dari pekerjaan sebelumnya. Aspek- aspek yang dimiliki oleh *turnover intention* yaitu :

- a. *Thinking of quitting*, yaitu munculnya pemikiran untuk keluar dari organisasi, umumnya hal ini terjadi karena adanya rasa ketidakpuasan kerja yang dirasakan karyawan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaannya.
- b. *Intention to search for alternatives*, yaitu munculnya pemikiran untuk mencari pekerjaan di organisasi lain), hal ini menggambarkan adanya keinginan dari karyawan untuk mencari pekerjaan di tempat lain yang dirasa lebih baik dari pekerjaan sebelumnya.
- c. *Intention to quit*, yaitu intensi untuk keluar dari organisasi tempatnya bekerja, hal ini menggambarkan karyawan yang berniat untuk keluar apabila sudah menemukan pekerjaan yang ia rasa tepat dan merasa yakin untuk meninggalkan perusahaan. Semakin tinggi total nilai yang didapatkan, maka semakin rendah *turnover intention* yang dimiliki karyawan dan sebaliknya.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan Marketing PT. First State Future.

2. Sampel dan Teknik Sampel

Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu *Saturation sample* yang artinya peneliti menggunakan seluruh populasi untuk dijadikan sampel, pada penelitian ini jumlah populasinya yaitu 100 orang subjek.

E. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner yang diukur dengan menggunakan instrumen skala likert yang terdiri dari empat alternatif jawaban yaitu sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai dan sangat tidak sesuai. Machali & Hidayat (2018) menjelaskan bahwa penggunaan skala likert yakni untuk menentukan sikap yang dilakukan dengan menggunakan pernyataan positif (*favourable*) *favourable* adalah; sangat setuju (SS) mendapat nilai 4, jawaban setuju (S) mendapat nilai 3, jawaban tidak setuju (TS) mendapat nilai 2, dan jawaban sangat tidak setuju (STS) mendapat nilai 1. Sedangkan pada aaitem

unfavourable , yaitu 4 (sangat tidaksetuju), 3 (tidak setuju), 2 (setuju), 1 (sangat setuju).

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hubungan antara kedua variabel penelitian adalah korelasi product moment dari Pearson, analisis data akan dilakukan dengan bantuan program khusus komputer statistik yaitu IBM Statistics 21.0 for windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Data

a. Uji Validitas Data

Uji validitas data dalam kuesioner ini menggunakan *Statistical Product for the Service Solution* (SPSS) versi 22. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitungan dengan nilai validitas 0,3. Jika r-hitung lebih besar dari nilai valid (r-hitung > 0,3), objek tersebut divalidasi.

Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Aitem Pertanyaa n	Nilai r Hitung (Pearson Correlation)	Nilai Validitas	Keterangan
SELF- EFFICACY	1	0,43	0,3	Valid
	2	0,47	0,3	Valid
	3	0,34	0,3	Valid
	4	0,64	0,3	Valid
	5	0,81	0,3	Valid
	6	0,47	0,3	Valid
	7	0,65	0,3	Valid
	8	0,41	0,3	Valid
	9	0,81	0,3	Valid
	10	0,44	0,3	Valid
	11	0,34	0,3	Valid
	12	0,37	0,3	Valid
	13	0,66	0,3	Valid
	14	0,57	0,3	Valid
	15	0,34	0,3	Valid
	16	0,58	0,3	Valid
	17	0,67	0,3	Valid
	18	0,44	0,3	Valid
	19	0,34	0,3	Valid
	20	0,58	0,3	Valid
	21	0,65	0,3	Valid
	22	0,41	0,3	Valid
	23	0,62	0,3	Valid
	24	0,76	0,3	Valid

Variabel	Aitem Pertanyaan	Nilai r Hitung (Pearson Correlation)	Nilai Validitas	Keterangan
	25	0,65	0,3	Valid
	26	0,57	0,3	Valid
	27	0,69	0,3	Valid
	28	0,50	0,3	Valid
	29	0,56	0,3	Valid
TURNOVER INTENTION	1	0,85	0,3	Valid
	2	0,66	0,3	Valid
	3	0,85	0,3	Valid
	4	0,85	0,3	Valid
	5	0,64	0,3	Valid
	6	0,85	0,3	Valid
	7	0,66	0,3	Valid
	8	0,85	0,3	Valid
	9	0,60	0,3	Valid
	10	0,64	0,3	Valid
	11	0,59	0,3	Valid
	12	0,60	0,3	Valid

Berdasarkan pada tabel di atas, pada variabel Self-efficacy terdapat pertanyaan sebanyak 29 aitem yang meliputi aspek *magnitude/ level, strength*, dan *generality*. Sedangkan pada variabel *turnover intention* terdapat 12 pertanyaan dengan meliputi aspek *thinking of quitting, intention to search for alternatives*, dan *intention to quit*. Sehingga total pertanyaan sebanyak 41 aitem pertanyaan yang diajukan masing-masing memiliki nilai r hitung > 0,3. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, aitem-aitem pertanyaan yang digunakan dalam penelitian dinyatakan sah (valid) dan dapat digunakan lebih lanjut.

2.2 Uji Reliabilitas Data

Dalam pengujian ini, peneliti akan mengukur reliabilitas suatu data dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α) pada aplikasi SPSS. Dengan keputusan bahwa, data suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) nya > 0,80.

Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	N of Aitems	Cronbach's Alpha (α)	Keterangan
Self-Efficacy (X)	29	0.913	Reliabel
Turnover intention (Y)	12	0.920	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Cronbach's Alpha* (α) yang didapatkan oleh variabel Self-Efficacy (X) > 0,80 dan *Turnover intention* (Y) > 0,80 atau dikatakan reliabel.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

3. 2.1 Uji Normalitas

Berikut ini adalah hasil Uji Normalitas dari masing-masing variabel independen (*Self-Efficacy*) dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov pada aplikasi SPSS.

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
SELF-EFFICACY	,059	100	.200*	,987	100	,470
TURNOVER	,065	100	.200*	,985	100	,344

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan pada tabel di atas, nilai statistik untuk variabel self- efficacy sebesar 0,059 dengan probabilitas signifikansi 0,200 (nilai sig. >0,05), dan nilai statistik untuk variabel *turnover intention* sebesar 0,065 dengan nilai signifikansi 0,200 (nilai sig. >0,05), maka data kedua variabel tersebut terdistribusi secara normal.

2.2 Uji Linearitas

Uji linearitas secara umum bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linear secara signifikan atau tidak.

Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TURNOVER * SELF-EFFICACY	Between Groups	(Combined)	1117,592	30	37,253	2,413	,001
		Linearity	822,030	1	822,030	53,238	,000
		Deviation frLinearity	295,562	29	10,192	,660	,892
Within Groups			1065,408	69	15,441		
Total			2183,000	99			

Berdasarkan tabel di atas, angka probabilitas signifikansi sebesar 0,892 (nilai sig. > 0,05), maka dapat dikatakan adanya hubungan yang linear antara variabel independent (self-efficacy) dengan variabel dependen (*turnover intention*).

3. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Berikut ini adalah hasil dari analisis korelasi product moment dari Pearson untuk menjelaskan kuat atau tidaknya hubungan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat).

Hasil Korelasi Product Moment

Correlations		SELF-EFFICACY (X)	TURNOVER INTENTION (Y)
SELF-EFFICACY (X)	Pearson Correlation	1	.614**
	Sig. (2-		,000

	tailed)		
	N	100	100
TURNOVER INTENTION (Y)	Pearson Correlation	.614**	1
	Sig. (2- tailed)	,000	
	N	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan tabel tersebut, nilai signifikansi $<0,05$ yaitu sebesar 0,00 yang berarti adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel dependen (*self-efficacy*) dengan variabel independen (*turnover intention*). Nilai korelasi pada hasil tersebut adalah 0,614, hal ini dapat diartikan bahwa tingkat hubungan antara variabel dependen (X) dengan variabel independen (Y) bersifat kuat yang dimana nilainya $> 0,6$

PEMBAHASAN

Hipotesis yang berbunyi adalah terdapat hubungan positif dan signifikan diterima. Hal tersebut ditunjukkan melalui koefisien korelasi $r= 0,614$; $p< 0,05$. Ini berarti bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara variabel *self-efficacy* terhadap *turnover intention* di PT First State Future dengan sumbangan efektif sebesar 61.4%, dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Ada beberapa kemungkinan hasilnya seperti itu, karena pertama, sebagian karyawan menganggap bahwa *self-efficacy* sebagai dasar untuk memperkuat untuk mewujudkan keinginan mereka melakukan *turnover intention*. Pernyataan tersebut didukung oleh Sukisno et., al (2019), Christina Catur et., al (2018), Johnson,L. Jennifer (2022), Young et., al (2018), Buric and Macuka (2018), yang mengatakan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *turnover intention*.

Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan temuan Silvia De Simone et., al (2018), Dung Huong et., al (2019), Lijin Shao et., al (2022), bahwa *self-efficacy* berkorelasi negative terhadap *turnover intention*, sehingga dapat dikatakan bahwa *self-efficacy* dapat menurunkan *turnover intention*-karyawan. Sebagian karyawan menganggap bahwa *self-efficacy* menjadi pedoman mereka untuk melakukan keinginan *turnover intention* ketika mereka merasa tidak nyaman ataupun tertekan. Pernyataan tersebut didukung oleh temuan Johnson,L. Jennifer (2022), Young et., al (2018), Buric and Macuka (2018) yang mengatakan ada hubungan positif dan signifikan antara variabel *self-efficacy* dengan *turnover* karyawan.

Maka dari itu, penelitian yang dilakukan oleh Sukisno S. Riadi et.,al (2019) menyatakan bahwa organisasi atau manajer harus memperhatikan kondisi tempat kerja untuk menghindari *turnover* karyawan, seperti ketidaksopanan, jenjang karir, pemberian gaji dan bonus yang sesuai di tempat kerja merupakan kunci dari *self-efficacy* dan *turnover* karyawan. Menurut Saeed et.,al, (2014) karyawan yang memiliki hubungan kuat terhadap organisasi perusahaan akan memiliki keinginan yang rendah untuk pindah ke organisasi lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel dependen (self-efficacy) dengan variabel independen (*turnover intention*) di PT First State Future, dan hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin tinggi self-efficacy maka semakin tinggi juga *turnover intention* pada karyawan.

Saran

1. Pihak Manajemen

Pihak manajemen sebaiknya memberi kesempatan kepada setiap karyawan untuk tetap memiliki self-efficacy dalam menjalankan tugasnya dengan penuh semangat agar dapat mengatasi kecenderungan untuk melakukan *turnover intention*. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara berdiskusi atau konsultasi.

2. Pihak Karyawan

Pihak karyawan perlu menggunakan self-efficacy sebagai dasar berpijak untuk melaksanakan tugasnya agar dapat mengurangi adanya keinginan *turnover intention* yaitu ketika mengalami ketidaknyamanan dan tekanan dalam bekerja. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara konsultasi atau mendiskusikannya dengan atasan.

Penelitian Selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya ialah dapat mempertimbangkan atau menambahkan beberapa variabel lain seperti OCB, *Subjective Well Being* dan juga faktor demografi seperti jenis kelamin ataupun pengalaman kerja. Jika diperlukan menambah beberapa sampel penelitian yang dapat dikaitkan dengan beberapa tempat penelitian di perusahaan swasta yang lebih besar, sehingga hasil penelitian dapat digunakan sebagai perbandingan antar perusahaan dan penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmad, A. (2018). *The Relationship Among Job Characteristics Organizational Commitment and Employee Turnover intentions*. Journal of work applied management, 74-92.
- [2] Amalia, R., & Herminingsih, A. (2020). *Pengaruh Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional Dan Motivasi Kerja Terhadap Intensi Turnover Karyawan PT. XYZ*. Majalah Ilmiah Solusi, 89-98.
- [3] Asmara, A. P. (2017). *Analisis Pengaruh Turnover intention terhadap Work Engagement dan Kinerja Karyawan (Studi di Rumah Sakit Bedah Surabaya)*. In Script. Surabaya:

- Universitas Airlangga.
- [4] Buric, I., & Macuka I. (2018). *Self-Efficacy, Emotions and Work Engagement Among Teachers: A Two Wave Cross-Lagged Analysis*. American Psychological Association.
- [5] Christy, M. Y., & Priartini, P. S. (2019). *Role of Work Stress and Organizational Commitments in Educating Workload Effect on Intention to Quit*. International Research Journal of Management, IT & Social Sciences, 8-16.
- [6] Corry, M., & Stella, J. (2018). *Teacher self-efficacy in online education*.
- [7] Research in Learning Technology, 1-12.
- [8] Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Job Embeddeness, Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap Turnover intention Karyawan RSUD Kabupaten Rokan Hulu*. Skripsi thesis, Universitas Pasir Pengaraian.
- [9] Gangloff, B., & Mazilescu, C.-A. (2017). *Normative Characteristics of Perceived Self-Efficacy*. *Social Sciences*, 6(4), 139. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/socsci6040139>
- [10] Gufron, M. N., & S, R. R. (2012). *Teori-Teori Psikologi*.

HALAM INI SENGAJA DI KOSONGKAN