

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha semakin lama semakin meningkat. Perkembangan ini ditandai dengan meningkatnya jumlah unit usaha yang bergerak di berbagai sektor sehingga mengakibatkan tingkat persaingan di dunia bisnis menjadi sangat ketat. Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dengan tujuan utama untuk mencari laba semaksimal mungkin harus siap untuk berkompetisi dengan perusahaan lainnya. Setiap pemain di berbagai sektor bisnis dituntut untuk memiliki sensitivitas terhadap perubahan yang terjadi dan menempatkan fokus pada kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama. Persaingan bisnis di berbagai sektor semakin sengit, di mana setiap pemain bisnis berambisi untuk menjadi yang terdepan di antara pesaingnya. Manajer pun berkompetisi dalam merancang strategi yang efektif untuk bertahan dalam persaingan dan mencapai keunggulan kompetitif. Perusahaan memerlukan sumber daya manusia untuk mendukung kegiatan bisnisnya.

Sumber daya manusia (SDM) dianggap sebagai aset yang paling penting bagi sebuah organisasi karena mereka menjadi penggerak utama berbagai aktivitas organisasi, baik sebagai pelaksana, pemelihara, produsen, maupun perancang dari setiap sistem dalam struktur organisasi (Aula et al., 2022). Manajemen sumber daya manusia adalah proses mendapatkan, mengelola, dan mempertahankan sumber daya manusia yang dianggap sebagai aset paling penting dalam suatu organisasi melalui perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi. Peran manajemen sumber daya manusia adalah meningkatkan

ketahanan organisasi di tingkat individu, tim, maupun organisasi secara keseluruhan. Ketahanan organisasi dipengaruhi oleh berbagai faktor pada berbagai level, seperti optimisme, kepercayaan diri, keyakinan, dan rasa memiliki pada individu, akuntabilitas dan keamanan psikologis dalam kelompok, serta struktur, improvisasi, modal sosial, dan perhatian pada kegagalan dalam organisasi. Peningkatan mutu SDM menjadi suatu keharusan agar organisasi dapat lebih bersaing dan responsif terhadap berbagai tantangan dari luar guna mempertahankan eksistensi dan kelangsungan operasional perusahaan (Supriyadi et al., 2020). Kualitas dan kemampuan sumber daya manusia (SDM) memiliki peran yang sangat penting dalam kemajuan suatu organisasi. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) merujuk pada bagaimana mengelola individu-individu yang ada di dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi tersebut (Diah et al., 2021).

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah rancangan sistem-sistem formal dalam sebuah organisasi untuk memastikan penggunaan bakat manusia secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan-tujuan organisasional (Abdullah, 2017). Ketika suatu organisasi kehilangan SDM yang baik, akan sangat menyita waktu dan biaya bagi organisasi untuk merekrut dan melatih SDM baru untuk menggantikan peran SDM yang hilang tersebut (Bratton & Gold, 2007). Manajemen sumber daya manusia berperan dalam meningkatkan resiliensi organisasi baik pada level individu, tim atau grup, bahkan organisasi itu sendiri. Sumber daya manusia menjadi salah satu elemen paling penting agar sebuah bisnis atau perusahaan dapat berjalan dengan baik. Tanpa adanya elemen tersebut atau kualitas yang kurang baik, perusahaan akan sulit untuk berjalan dan beroperasi

dengan semestinya meski sumber daya yang lain telah terpenuhi. Sumber daya manusia sangat penting dalam persaingan perusahaan karena mereka adalah kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif suatu perusahaan. Sumber daya manusia berupa manusia yang dipekerjakan disebuah organisasi sebagai perencana dan pelaksana sebagai penggerak untuk mencapai tujuan organisasi itu. Ketika pengelolaan sumber daya manusia dilakukan dengan buruk, berbagai masalah dapat timbul yang berdampak negatif pada perusahaan secara keseluruhan. Pengelolaan sumber daya manusia (*HR management*) memainkan peran yang krusial dalam menjaga efisiensi dan produktivitas perusahaan.

Perusahaan harus selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan para karyawannya seperti memberikan perhatian terhadap mereka dan menempatkan mereka sebagai aset penting dari perusahaan. Karyawan sebagai sumber daya manusia dari sebuah perusahaan perlu dikelola dengan baik. Karyawan menjadi bagian yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam menunjang kegiatan operasionalnya. Perusahaan perlu melakukan beberapa kegiatan seperti merekrut, menyeleksi, melatih, dan mempertahankan karyawan yang berkualitas dan memiliki kinerja yang optimal. Karyawan perlu diperhatikan agar setiap karyawan dapat berkontribusi dengan baik terhadap perusahaan. Karyawan yang tidak mendapat perhatian dari perusahaan dan kebutuhannya tidak terpenuhi biasanya akan memilih untuk meninggalkan pekerjaan mereka atau dikenal sebagai *turnover* (Rijasawitri et al., 2020).

Turnover intention merupakan masalah yang sering timbul pada sebuah organisasi yang menyangkut keinginan keluarnya karyawan (Ksama & Wibawa, 2016). Niat untuk meninggalkan pekerjaan merujuk pada keinginan karyawan

untuk berhenti bekerja (Mardikaningsih et al., 2022). Tingkat pergantian karyawan dalam suatu perusahaan umumnya dimulai dengan kecenderungan karyawan untuk mencari pekerjaan lain, yang biasa disebut sebagai *turnover intention* (Salimah, 2021). *Turnover* terjadi diawali dengan munculnya keinginan dari dalam diri seorang karyawan untuk berpindah pekerjaan. Hal ini dinamakan dengan *turnover intention*. Karyawan memiliki keinginan untuk berpindah pekerjaan dari pekerjaan sebelumnya menurut pilihan dan kemauannya sendiri. *Turnover intention* mempengaruhi berbagai aktivitas kerja dalam perusahaan dan mempengaruhi kinerja karyawan secara keseluruhan. *Turnover Intention* juga mengakibatkan perusahaan menjadi tidak efektif karena perusahaan dapat kehilangan karyawan yang potensial dan berkualitas. Tingginya persentase niat berpindah menyebabkan perusahaan mengalami kerugian yang sangat besar yang disebabkan oleh meningkatnya biaya pengelolaan sumber daya manusia (Jeffrey & Prasetya, 2019).

Menurut Laureano et al., (2018) perusahaan berupaya untuk menarik dan memberdayakan karyawan yang bernilai. Namun, karyawan yang memiliki keterampilan tinggi sering kali memiliki banyak pilihan karir, sehingga perusahaan harus bekerja lebih keras mempertahankan mereka. Salah satu ketakutan terbesar perusahaan dalam manajemen sumber daya manusia adalah keinginan karyawan untuk pindah kerja (*turnover intention*). Jika karyawan memutuskan untuk meninggalkan perusahaan demi pekerjaan baru, perusahaan akan mengalami kerugian besar karena harus mengeluarkan biaya untuk merekrut karyawan pengganti.

Employee value proposition sebagai strategi pendukung dari perusahaan yang menunjukkan *value* atau nilai yang akan di dapat ketika karyawan bekerja di perusahaan tersebut. *Employee Value Proposition* adalah sebuah nilai yang ditawarkan oleh organisasi kepada para karyawan atas balas jasa dari skill, kapabilitas dan experiences yang dibawa oleh karyawan untuk suatu organisasi atau perusahaan (Review and Backhaus, 2016). Perusahaan harus memberikan *employee value proposition* (EVP) karena EVP diturunkan melalui keinginan perusahaan untuk menjadi sebuah perusahaan yang berbeda bagi karyawan atau calon karyawan yang nantinya akan bergabung. Melalui EVP perusahaan dapat menjelaskan perbedaan mereka dengan perusahaan lainnya dan keuntungan apa saja yang bisa diperoleh. Proposisi nilai yang baik harus menjangkau seluruh karyawan agar mereka tahu manfaat apa yang dapat mereka rasakan jika bekerja di perusahaan tersebut. Nilai yang akan didapat oleh perusahaan selanjutnya adalah karyawan memiliki ekspektasi yang baik karena mereka merasa nyaman, cocok, dan bangga dapat bekerja di perusahaan tersebut dan pada akhirnya perusahaan berhasil membuat karyawan mereka engaged dalam waktu yang lama (Ferizal, 2016).

Employee value proposition merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh perusahaan dalam menarik dan mempertahankan karyawan yang mempunyai potensi baik. Menurut Febriana & Welly (2013), *employee value proposition* (EVP) adalah realitas hidup dari citra perusahaan. EVP merupakan bentuk janji yang diberikan kepada karyawan dan pemangku kepentingan mengenai apa yang akan mereka terima dari merek tersebut. Dengan demikian, EVP mencerminkan perspektif karyawan dalam sebuah perusahaan, yakni adanya

manfaat bagi karyawan jika bekerja di perusahaan tersebut serta janji yang diberikan kepada mereka.

Employee Value Proposition (EVP) dapat mempengaruhi *turnover intention* atau keinginan karyawan untuk meninggalkan perusahaan. EVP yang kuat dan sesuai dengan harapan serta kebutuhan karyawan dapat mengurangi *turnover intention*. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fakhri et al., (2023) yang menunjukkan bahwa *employee value proposition* berpengaruh terhadap *intention to resign*. Dengan memperhatikan dan mengelola EVP perusahaan dengan baik, perusahaan dapat meminimalkan *turnover intention* dan mempertahankan karyawan yang berharga dalam jangka panjang. Tentunya hal ini dapat membantu menciptakan stabilitas dalam kekuatan kerja perusahaan dan mengurangi biaya yang terkait dengan kehilangan bakat dan pergantian karyawan.

Perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan sumber daya alam dan peran pemerintah. Salah satunya dengan menerapkan prinsip *employer branding* pada pengelolaan sumber daya manusia perusahaan. Karyawan yang merasakan nilai tinggi dari *employer branding* cenderung lebih sedikit mencari aktif peluang pekerjaan baru dan kurang mempertimbangkan untuk meninggalkan perusahaan jika ada tawaran dari organisasi lain (Bussin & Mouton, 2019). Menurut Soeling et al., (2022) *employer branding* terkait dengan cara perusahaan untuk melakukan upaya strategis dengan menggunakan kekuatan organisasi untuk menarik pelamar atau pencari kerja.

Employer branding merupakan bagaimana cara mempromosikan perusahaan melalui sumber daya manusia yang dimilikinya, dimana karyawan perusahaan merasakan adanya rasa aman, keinginan untuk berkembang dan

loyalitas terhadap perusahaannya. Proses ini memiliki tujuan untuk menarik, merekrut, dan mempertahankan karyawan yang ideal atau yang disebut sebagai *top talent*. Menurut Ekhsan dan Fitri (2021) *employer branding* dengan efektif, perusahaan dapat mempertahankan kepatuhan para karyawan yang berpotensi dan mempengaruhi faktor-faktor yang menjadi bahan pertimbangan calon pekerja saat sedang mencari pekerjaan. Konsep *employer branding* dalam sumber daya manusia berfungsi sebagai alat untuk mengembangkan citra merek perusahaan pada benak karyawan yang berpotensi (Zeesahn *et al.*, 2020). Hal tersebut dapat membangun persepsi kalangan masyarakat bahwa suatu perusahaan tertentu menarik dan dapat dipercaya pada pasaran karena memiliki *employer branding* yang baik. *Employer branding* dapat menarik atau memikat seseorang dan akhirnya dapat mempertahankan mereka sehingga menghasilkan komitmen dan loyalitas karyawan terhadap organisasi (Zeesahn *et al.*, 2020).

Setiap perusahaan menginginkan kesuksesan mencapai tujuannya, agar suatu perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lainnya mereka perlu meningkatkan *employee engagement*. *Employee engagement* memiliki beberapa keuntungan, salah satunya menurunkan tingkat *turnover*. *Employee engagement* (keterlibatan karyawan) dapat memengaruhi *turnover intention* (keinginan karyawan untuk meninggalkan perusahaan). Pernyataan ini didukung oleh penelitian Naufer & Kumar (2020). Ketika karyawan merasa terlibat secara emosional, kognitif, dan perilaku dalam pekerjaan mereka serta merasa terhubung dengan perusahaan, mereka cenderung memiliki keinginan yang lebih rendah untuk mencari pekerjaan di tempat lain. Dengan demikian, *employee engagement* dapat berperan sebagai faktor yang penting dalam mempengaruhi

tingkat *turnover intention* di dalam perusahaan. Sehingga perusahaan perlu untuk mengembangkan strategi untuk meningkatkan *engagement* karyawan guna meminimalkan *turnover intention* dan mempertahankan bakat yang berharga.

Turnover intention terjadi diberbagai perusahaan, salah satunya yaitu di perusahaan PT X Kota Padang. Perusahaan ini merupakan distributor AQUA di Sumatera Barat. PT X didirikan pada tahun 1998 oleh Bapak (alm) H. M. Hatta Muchtar di Padang. Awalnya perusahaan ini berasal perusahaan yang bergerak di bidang distributor pupuk dan pestisida, ban *good year*, *developer* perumahan, dan distributor minuman mineral bermerk AQUA. Jenis produk yang ditawarkan oleh perusahaan mulai dari air AQUA galon, AQUA kemasan botol 220 ml, 330 ml, 600 ml, 1500 ml, 450 ml click, 750 ml click, dan lainnya. Agar kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan baik dan lancar, perusahaan memerlukan sumber daya manusia dalam menunjang kegiatan operasional.

PT X di Kota Padang memiliki karyawan yang bekerja sesuai dengan bidangnya. Status karyawan pada PT X di Kota Padang terdiri dari karyawan tetap dan karyawan tidak tetap atau buruh. Karyawan tetap pada perusahaan memiliki hak dan kewajiban yang diatur secara jelas oleh perusahaan seperti kompensasi, cuti tahunan, dan jaminan sosial yang diberikan tentunya memiliki perbedaan dengan karyawan tidak tetap (buruh). Namun jumlah karyawan tetap setiap tahunnya mengalami perubahan dan tidak selalu sama. Jumlah karyawan tetap pada PT X dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1 Jumlah Karyawan Tetap PT X di Kota Padang 2019-2023

Tahun	Jumlah karyawan tetap (orang)
2019	87
2020	86
2021	75
2022	78
2023	74

Sumber : PT X Kota Padang (2024)

Berdasarkan tabel di atas, jumlah karyawan tetap pada PT X di Kota Padang berbeda setiap tahunnya. Jumlah karyawan tetap pada tahun 2019 sebanyak 87 orang. Jumlah karyawan tetap pada tahun 2020 sebanyak 86 orang. Jumlah karyawan tetap pada tahun 2021 sebanyak 75 orang. Jumlah karyawan pada tahun 2022 sebanyak 78 orang, dan pada tahun 2023 jumlah karyawan tetap sebanyak 74 orang.

Tabel 2 Jumlah Karyawan Tetap Per Divisi PT X di Kota Padang 2019-2023

Divisi	Jumlah Karyawan (orang)					Status Pekerja
	2019	2020	2021	2022	2023	
Direktur	1	1	1	1	1	Tetap
Wakil Direktur	1	1	1	1	1	Tetap
Manajer Keuangan	1	1	1	1	1	Tetap
Manajer	1	1	1	1	1	Tetap
KA Pembukuan	1	1	1	1	1	Tetap
Supervisor	0	0	0	0	1	Tetap
Pengawas Gudang	0	0	0	0	1	Tetap
Administrasi	10	13	13	15	14	Tetap
Collector	1	1	1	1	1	Tetap
Asisten Collector	0	1	1	1	1	Tetap
Kepala Mekanik	1	1	0	0	0	Tetap
Asisten Mekanik	3	2	2	0	0	Tetap

Divisi	Jumlah Karyawan (orang)					Status Pekerja
	2019	2020	2021	2022	2023	
Mekanik	1	1	1	0	1	Tetap
Keamanan	1	1	1	1	2	Tetap
Ajudan	1	1	1	1	0	Tetap
Sales	23	21	11	13	11	Tetap
Sopir	31	26	26	25	18	Tetap
Office Girl	0	1	1	1	1	Tetap
Helper	10	12	12	14	18	Tetap
Depo	0	0	0	1	0	Tetap
Total	87	86	75	78	74	

Sumber : PT X di Kota Padang (2024)

Tabel 2 di atas menampilkan jumlah komposisi karyawan tetap yang bekerja pada PT X di Kota Padang. Perusahaan mempekerjakan karyawannya sesuai dengan bidangnya masing-masing yang telah ditentukan. Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat beberapa pembagian divisi untuk karyawan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Namun, jumlah karyawan tetap setiap tahunnya berbeda karena adanya karyawan yang mengundurkan diri ataupun diberhentikan. Jumlah karyawan tetap yang sangat signifikan mengalami perubahan yaitu pada bagian sales dan sopir. Perubahan ini terjadi disebabkan karena beberapa faktor salah satunya yaitu faktor eksternal perusahaan seperti kondisi lingkungan eksternal dan kondisi pasar dimana pada saat itu terjadi fenomena COVID – 19 yang menyebabkan berkurangnya permintaan pasar sehingga perusahaan mengalami penurunan penjualan. Selain itu, perbedaan jumlah karyawan tetap terjadi karena adanya karyawan yang keluar dan bergabung ke perusahaan. Keluarnya karyawan dari perusahaan tentunya disebabkan adanya faktor-faktor pendukung yang mempengaruhi.

Perusahaan memberikan beragam nilai atau manfaat kepada karyawan di antaranya seperti : (1) Insentif sesuai dengan kinerja karyawan baik berupa insentif

finansial atau non-finansial kepada karyawan yang ingin mencapai atau melebihi target kinerja seperti bonus, hadiah atau pengakuan khusus; (2) Kesempatan pengembangan karir yang diberikan Perusahaan kepada karyawan untuk terus meningkatkan keterampilan karyawan; (3) Kepemimpinan yang mendukung karyawan dalam menjalankan pekerjaan; (4) Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan untuk karyawan dalam menunjang kegiatan operasional.



Tabel 3 Hasil Wawancara Awal

No	Pertanyaan	Responden 1	Responden 2	Responden 3	Responden 4	Kesimpulan
1.	Apakah anda pernah mempertimbangkan untuk meninggalkan perusahaan dalam waktu setahun terakhir dan hal apa yang paling mempengaruhi keputusan anda untuk tetap atau keluar dari PT X Kota Padang ?	Belum pernah terpikirkan untuk <i>resign</i> dari pekerjaan saat ini.	Tidak ada pikiran untuk <i>resign</i> karena mempunyai tanggung jawab dan membutuhkan pekerjaan.	Tidak, karena saya bisa melihat diri saya tumbuh dan berkembang secara professional melalui posisi saya sekarang ini di perusahaan.	Tidak, karena dari tahun 2014 sampai tahun ini saya masih bekerja di PT X. Hal tersebut bisa dilihat dari loyalitas saya dalam bekerja. Lingkungan kerja yang nyaman membuat saya betah bekerja selama ini sehingga pikiran untuk <i>resign</i> sangat jauh dari saya.	Karyawan memutuskan untuk tidak meninggalkan perusahaan dalam waktu dekat dan memilih untuk tetap bekerja karena memiliki tanggung jawab, membutuhkan pekerjaan, tumbuh berkembang, loyal terhadap perusahaan, disebabkan lingkungan kerja yang nyaman.
2.	Apakah yang menjadi nilai utama bagi anda untuk bekerja di PT X ?	Bisa bekerja dengan baik point pertama yang paling penting lingkungan dan pimpinan yang baik.	Pekerjaan yang sesuai dengan gelar dan passion saya.	Perusahaan mempunyai reputasi yang baik.	Karena menurut saya perusahaan ini adalah salah satu perusahaan yang bagus dan bonafit. Sistem kerja dan manajemen yang bagus membuat saya ingin mengabdikan di perusahaan ini.	Karyawan pada PT X menilai hal yang menjadi nilai utama bagi mereka untuk bekerja yaitu lingkungan dan manajemen kepemimpinan yang baik, bekerja sesuai dengan bidang, reputasi Perusahaan yang baik, dan sistem kerja yang bagus.

No	Pertanyaan	Responden 1	Responden 2	Responden 3	Responden 4	Kesimpulan
3.	Apakah citra atau nama perusahaan mempengaruhi keputusan anda untuk bergabung dengan perusahaan dan hal apa yang membedakan PT X dengan perusahaan lain sebagai tempat untuk bekerja ?	Citra yang baik penting bagi perusahaan, Perusahaan tempat saya bekerja memiliki lingkungan kerja yang sehat, rekan kerja saling support dan saling membantu satu sama lain.	Benar, karna PT X telah berdiri sejak lama dan sudah memiliki nama yang besar.	Ya, mempengaruhi karena karyawan membawa nama baik Perusahaan. PT X adalah Perusahaan yang bergerak dalam bidang distributor dan memiliki reputasi baik.	Perusahaan sudah berdiri sejak lama, sehingga tidak perlu diragukan Lagi. TDR merupakan distributor Aqua terbaik di Sumatera Barat bahkan ada beberapa cabang di daerahnya. Aqua juga salah satu <i>brand</i> terbaik yang sampai detik ini masih tetap eksis meskipun banyak kompetitor.	Citra atau reputasi Perusahaan mempengaruhi keputusan karyawan untuk bergabung pada PT X. Perusahaan ini dikenal baik dan memiliki reputasi yang baik di bidangnya.
4.	Apakah anda merasa PT X mendukung dan mendorong keterlibatan karyawan dan apa bentuk dukungan dan dorongan tersebut ?	Ya, pendorong keterlibatan karyawan terdapat faktor memotivasi, menginspirasi, mendorong karyawan meningkatkan semangat kerja dan lingkungan kerja yang positif	Benar, sebagai contoh PT X memberikan fasilitas dengan mendatangkan konsultan pajak bagi siapa saja yang ingin mempelajarinya.	Mendukung, seperti keterlibatan karyawan dalam pengambilan keputusan	Sangat mendukung, karyawan diberi kesempatan rolling posisi agar memiliki ilmu dan pengalaman berkembang di berbagai bidang. Karyawan diberi gaji dan insentif sesuai dengan standar dan posisinya. Setiap tahun diadakan acara bagi karyawan untuk memperkuat relasi.	Karyawan berpendapat perusahaan mendukung dan mendorong keterlibatan karyawan dengan mendatangkan tenaga <i>expert</i> untuk <i>training</i> karyawan, melakukan rotasi kerja, memberikan gaji dan insentif sesuai standar, dan melakukan upaya untuk mempererat relasi

Sumber : Wawancara, 2024

Adanya ketidaksesuaian antara hasil wawancara awal yang telah dilakukan dengan data yang ditemukan dilapangan, yaitu data jumlah karyawan yang mengalami perubahan setiap tahunnya. Tentunya hal ini menandakan adanya perubahan atau pergerakan yang terjadi pada perusahaan yang belum sepenuhnya teridentifikasi pada tahap wawancara awal. Hasil wawancara awal menunjukkan respon yang bagus, mencerminkan persepsi subjektif karyawan yang diwawancarai tidak sepenuhnya mencerminkan realitas keseluruhan perusahaan. Karyawan yang merasa puas lebih vokal dalam wawancara tahap awal, sementara karyawan yang tidak puas atau berencana keluar tidak terwakili pada wawancara tahap awal.

Berdasarkan tabel 3 wawancara awal yang telah dilakukan dengan melibatkan 4 responden yaitu karyawan PT X di Kota Padang, didapatkan bahwa karyawan memilih untuk tetap berada pada Perusahaan karena beberapa alasan yang telah dijelaskan. Karyawan merasa Perusahaan memiliki citra atau reputasi yang baik dibidangnya, memiliki kepemimpinan yang baik, dan lingkungan kerja yang bagus, memberikan fasilitas sesuai kebutuhan karyawan, mendukung dan melibatkan karyawan. Akan tetapi, jumlah karyawan pada PT X di Kota Padang berbeda setiap tahunnya. Ketidaksesuaian antara hasil wawancara awal dengan data perubahan jumlah karyawan yang terjadi setiap tahunnya memerlukan peneliti melakukan *cross-check* data dari berbagai sumber dan memperdalam analisis untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat mengenai situasi di perusahaan. Selain itu, penting untuk melakukan analisis yang lebih mendalam dan menyeluruh untuk memahami penyebab ketidaksesuaian ini, serta mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi masalah tersebut. Hal ini termasuk melakukan survei

terhadap karyawan, mengadakan wawancara mendalam, dan menganalisis data secara rinci untuk memahami penyebab dari permasalahan.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang membahas tentang *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang. Melalui penelitian ini, peneliti akan mencari tahu bagaimana pengaruh variabel-variabel yang dipilih yaitu *employee value proposition* dan *employee engagement* terhadap *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang dengan *employer branding* berperan sebagai variabel moderasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh *employee value proposition*, terhadap *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang ?
2. Bagaimanakah pengaruh *employee branding* terhadap *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang ?
3. Bagaimanakah pengaruh *employee engagement* terhadap *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang ?
4. Bagaimanakah pengaruh *employee value proposition* terhadap *turnover intention* yang dimoderasi oleh *employee engagement* pada karyawan PT X di Kota Padang ?
5. Bagaimanakah pengaruh *employee branding* terhadap *turnover intention* yang dimoderasi oleh *employee engagement* pada karyawan PT X di Kota Padang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh *employee value proposition*, terhadap *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang.
2. Mengetahui pengaruh *employee branding* terhadap *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang.
3. Mengetahui pengaruh *employee engagement* terhadap *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang.
4. Mengetahui pengaruh *employee value proposition* terhadap *turnover intention* yang dimoderasi oleh *employee engagement* pada karyawan PT X di Kota Padang.
5. Mengetahui pengaruh *employee branding* terhadap *turnover intention* yang dimoderasi oleh *employee engagement* pada karyawan PT X di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh selama kegiatan penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai faktor apa saja yang menjadi pengaruh *employee value proposition*, *employee branding* dan *turnover intention* yang dimoderasi oleh *employee engagement* pada karyawan PT X di Kota Padang.

2. Secara praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terkait dengan pengaruh *employee value proposition*, *employer branding* dan *turnover intention* yang dimoderasi oleh *employee engagement* pada karyawan PT X di Kota Padang. Selain itu, dapat bermanfaat dalam strategi penurunan *turnover intention* karyawan PT X di Kota Padang, sehingga dapat berimplikasi pada tercapainya tujuan organisasi.

b. Bagi Akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah sebagai media referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama serta memberi pengetahuan dan wawasan bagi dunia pendidikan dengan memberikan informasi dan menambah pengetahuan para pembacanya yaitu mengenai pengaruh pengaruh *employee value proposition*, *employer branding* dan *turnover intention* yang dimoderasi oleh *employee engagement* pada karyawan PT X di Kota Padang.

c. Bagi Responden

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan pengetahuan dan sikap serta memberikan informasi pada responden mengenai pengaruh *employee value proposition*, *employer branding* dan *turnover intention* yang dimoderasi oleh *employee engagement* pada karyawan PT X di Kota Padang.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah penulis kemukakan, maka pada penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan rumusan masalah penelitian yang ditemukan untuk menghindari kerancuan pembahasan dan perluasan pembahasan yang dilakukan. Penelitian ini terfokus pada karyawan PT X di Kota Padang. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari berpengaruhnya *employee value proposition* dan *employer branding* sebagai variabel bebas terhadap *turnover intention* karyawan sebagai variabel terikat yang dimoderasi oleh *employee engagement* pada PT X di Kota Padang. Tujuan dari pembatasan ini adalah agar penelitian yang peneliti lakukan lebih fokus dan lebih terarah.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun berdasarkan sistematika penulisan yang terbagi atas :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas secara umum tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang mendasari penelitian, yaitu mengenai *employee value proposition*, *employer branding*, *employee engagement*, dan *turnover intention*. Selain itu membahas beberapa penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis serta model kerangka konseptual yang mendasari penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang berisikan tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian, desain penelitian, operasional variabel, populasi, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil penyebaran kuesioner penelitian, analisis deskriptif penelitian, dan analisis data yang berguna untuk membuktikan hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, implikasi, keterbatasan penelitian dan saran yang berguna untuk penelitian berikutnya.

