

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, penelitian mengenai pengaruh *employee value proposition* dan *employer branding* terhadap *turnover intention* karyawan dengan *employee engagement* sebagai variabel moderasi pada PT X di Kota Padang. Langkah terakhir dalam penelitian ini yaitu menjelaskan Kesimpulan dan saran atas seluruh penelitian yang telah dilakukan. Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut :

1. *Employee value proposition* memiliki pengaruh **negatif** dan **signifikan** terhadap keinginan seorang karyawan untuk berpindah atau berhenti dari pekerjaannya (*turnover intention*) pada karyawan PT X di Kota Padang, artinya apabila *employee value proposition* yang diterapkan oleh PT X di Kota Padang meningkat, tingkat *turnover intention* karyawan akan menurun.
2. *Employer branding* memiliki pengaruh **negatif** dan **signifikan** terhadap keinginan seorang karyawan untuk berpindah atau berhenti dari pekerjaannya (*turnover intention*) pada karyawan PT X di Kota Padang, artinya apabila *employer branding* yang diterapkan PT X di Kota Padang meningkat, maka tingkat *turnover intention* karyawan akan menurun.
3. *Employee engagement* memiliki hubungan yang **negatif** dan **signifikan** terhadap *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang, artinya, apabila karyawan PT X di Kota Padang memiliki tingkat *employee engagement* yang tinggi maka akan berpengaruh terhadap penurunan tingkat *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang.

4. *Employee engagement* tidak dapat memoderasi secara signifikan hubungan antara *employee value proposition* dan *turnover intention* karyawan pada PT di Kota Padang. Hal ini mengindikasikan *employee value proposition* tidak berperan dalam melemahkan ataupun memperkuat hubungan antara *employee value proposition* dan tingkat *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang, artinya *employee engagement* yang tinggi tidak dapat melemahkan tingkat *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang.
5. *Employee engagement* berpengaruh negatif dan signifikan dalam memoderasi hubungan antara *employer branding* dan *turnover intention* karyawan pada PT di X Kota Padang. Hal ini mengindikasikan bahwa *employee engagement* memiliki peran dalam melemahkan maupun memperkuat hubungan antara *employer branding* dan tingkat *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang, artinya *employee engagement* yang tinggi dapat melemahkan tingkat *turnover intention* karyawan pada PT X di Kota Padang melalui *employer branding*.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, terdapat beberapa implikasi penting bagi pemimpin dan karyawan PT X di Kota Padang untuk dapat mengurangi *turnover intention* pada karyawannya. Adapun implikasi penelitian yaitu :

- 1 *Employee value proposition* mempengaruhi variabel *turnover intention* secara negatif dan signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin menarik EVP yang ditawarkan oleh perusahaan kepada karyawan, niat karyawan untuk meninggalkan pekerjaannya semakin rendah. Bagi

pemimpin dan pemangku kepentingan pada PT X di Kota Padang perlu terus mengevaluasi dan memperbaiki serta meningkatkan EVP yang ada agar tetap relevan dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan karyawan.

Perusahaan dapat meninjau kembali kebijakan kompensasi dan imbalan yang diberikan kepada para karyawan. Selain kompensasi finansial, perusahaan juga dapat mempertimbangkan cara-cara lain untuk mengakui dan menghargai kontribusi karyawan seperti penghargaan prestasi, pengakuan publik, dan peluang pengembangan karir. Pentingnya bagi perusahaan melakukan penilaian berkala tentang kebijakan kompensasi dan imbalan untuk memastikan bahwa mereka tetap relevan dan kompetitif. Survei kepuasan karyawan secara rutin dapat memberikan wawasan penting mengenai persepsi dan kebutuhan karyawan. Sehingga, karyawan dapat merasa puas dan juga dapat mengurangi *turnover intention* serta memperkuat loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengelola dan mempertahankan karyawan mereka dengan lebih efektif melalui *employee value proposition* yang lebih baik.

2. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *employer branding* mempengaruhi *turnover intention* secara negatif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa citra atau reputasi perusahaan yang baik dapat mengurangi niat karyawan untuk meninggalkan pekerjaannya (*turnover intention*). PT X di Kota Padang harus memperhatikan komponen-komponen yang membentuk *employer branding* tersebut, PT X di Kota Padang dapat membangun dan mempertahankan citra positif sebagai pemberi kerja seperti memberikan pengembangan kepada karyawan berupa peluang untuk belajar, pelatihan,

pengembangan keterampilan, dan peluang karier. Dengan memberikan program pelatihan dan pengembangan yang komprehensif, menetapkan jalur karir yang jelas, mengadakan survey kepuasan secara berkala untuk meningkatkan program pengembangan yang ada. Dengan mengimplementasikan langkah-langkah tersebut, dapat membangun dan mempertahankan citra positif sebagai pemberi kerja yang menarik, yang pada akhirnya dapat mengurangi *turnover intention* karyawan.

- 3 *Employee engagement* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *turnover intention*. Hal ini berarti semakin tinggi *employee engagement*, dimana adanya rasa loyalitas yang baik antara karyawan dengan perusahaan, serta keterlibatan karyawan dalam tingkat yang cukup tinggi, dapat mengurangi niat karyawan untuk berpindah perusahaan (*turnover intention*). Perusahaan harus meningkatkan keterlibatan karyawan dengan memperhatikan komponen-komponen yang membentuk *employee engagement* agar keterlibatan karyawan dalam perusahaan tinggi, sehingga dapat mengurangi niat karyawan untuk berpindah perusahaan (*turnover intention*). PT X di Kota Padang dapat melibatkan karyawan dalam berbagai hal, seperti pengambilan keputusan, melibatkan karyawan dalam pencapaian tujuan perusahaan, dan melibatkan karyawan dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Berdasarkan hasil penelitian, karyawan PT X di Kota Padang dimensi dengan rata-rata terendah yaitu dimensi *absorption*. Hal ini sekiranya dapat meningkatkan keterlibatan dan penghayatan penuh karyawan terhadap pekerjaan mereka.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan dalam melaksanakan penelitian yang menyebabkan adanya ketidaksempurnaan. Keterbatasan pada penelitian yang dilakukan yaitu :

- 1 Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan PT X di Kota Padang
- 2 Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 73 responden
- 3 Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel independent yaitu *employee value proposition* dan *employer branding*, 1 variabel dependen yaitu *turnover intention*, serta 1 variabel moderasi yaitu *employee engagement*.

5.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian di atas, peneliti dapat menyarankan beberapa hal untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya di masa yang akan datang terkait *employee value proposition* dan *turnover intention*. Saran yang dapat diberikan dan direkomendasikan yaitu :

- 1 Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada objek penelitian maupun perusahaan lain
- 2 Berdasarkan keterbatasan sampel dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat memperbanyak jumlah sampel dalam penelitian selanjutnya
- 3 Peneliti dapat mengembangkan variabel dalam penelitian ini ataupun menggunakan variabel lainnya untuk penelitian selanjutnya seperti *Career Development Opportunities* dan lain-lain.