

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, globalisasi dan perkembangan bisnis terjadi dengan sangat pesat, sumber daya manusia sebagai aset penting perusahaan menjadi suatu hal yang harus diperhatikan agar perusahaan dapat bertahan dalam dunia bisnis yang dinamis. Efektivitas pengelolaan sumber daya manusia menjadi suatu faktor kunci yang akan menentukan keberhasilan jangka panjang suatu perusahaan (Robbins & Judge, 2024) . Namun, fenomena pengelolaan sumber daya manusia ini masih menjadi hal yang sangat krusial dan menjadi tantangan terbesar bagi para praktisi manajemen sumber daya manusia saat ini. Salah satu bentuk fenomena yang terjadi adalah, *turnover intention* atau niat yang dimiliki karyawan untuk meninggalkan pekerjaan atau perusahaan tempat bekerjanya.

Turnover memiliki dampak yang besar terhadap perusahaan. Tidak hanya pada aspek finansial, seperti adanya biaya rekrutmen dan pelatihan untuk karyawan baru, tetapi *turnover* juga akan mengganggu produktivitas dari perusahaan, serta menyebabkan hilangnya pengetahuan dan keahlian yang sudah didapatkan dan terakumulasi dalam perusahaan (Hom et al., 2017).

Menurut data dari *Society for Human Resource Management* (SHRM), diketahui bahwa besarnya biaya dalam mengganti karyawan bisa mencapai 50% dari gaji tahunan seorang karyawan tersebut, dan bahkan untuk beberapa posisi tertentu besaran biayanya mencapai 200% dari gaji tahunan mereka (SHRM, 2022). Di Indonesia, fenomena *turnover* dalam kurun waktu 10 tahun belakangan juga menjadi isu signifikan yang kian berkembang setiap tahunnya. Berdasarkan laporan dari Michael Page Indonesia untuk Tren Talenta 2024, menunjukkan bahwa 355 organisasi Indonesia menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan karyawan mereka (Michael Page, 2025) . Survei dari PwC Global Hopes and Fears 2024, juga menemukan bahwa pekerja Indonesia cenderung untuk mempertimbangkan berpindah kerja jika ada peluang belajar di

tempat lain, meskipun mereka sudah memiliki posisi dan peran yang baik saat ini (pwc, 2024).

Lebih detailnya, Survei *Global Workforce* menyatakan tingkat *turnover* di Indonesia mencapai 21-24% per tahun (Amri, 2022). Angka ini dianggap sudah cukup tinggi, mengingat tingkat *turnover* ideal seharusnya tidak lebih dari 10% per tahun, tingkat *turnover* yang melebihi 20% per tahun sering dijadikan patokan umum sebagai tingkat *turnover* yang tinggi dalam Manajemen Sumber Daya Manusia suatu perusahaan. Tingginya tingkat *turnover* yang terjadi, mengindikasikan adanya permasalahan dalam pengelolaan sumber daya manusia yang perlu mendapatkan perhatian khusus dari perusahaan.

Turnover Intention atau niat karyawan untuk meninggalkan perusahaannya, merupakan salah satu indikator awal yang dapat memprediksi terjadinya *turnover* aktual. Mobley et al. (1979) juga mendefinisikan *turnover intention* sebagai kecenderungan sikap atau niat dari seorang karyawan, untuk meninggalkan perusahaan atau organisasi mereka secara sukarela. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, dikatakan bahwasanya *turnover intention* dianggap sebagai prediktor terkuat dari *actual turnover* atau perpindahan karyawan secara sesungguhnya (Griffeth et al., 2000; Tem & Meyer, 1993) . Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor *turnover intention* sangat penting bagi suatu perusahaan, agar dapat merancang strategi retensi karyawan yang efektif dan dapat mencegah terjadinya *turnover* yang tidak diharapkan.

Fenomena *turnover* menjadi semakin kompleks saat masuknya Generasi Z (Gen Z) ke dalam dunia kerja. Gen Z yang lahir pada tahun 1995-2009 (mccrindle, 2026) , kini mulai memasuki usia produktif yang akan menjadi bagian signifikan dalam angkatan kerja. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Gen Z menjadi kelompok unik yang memandang pekerjaan dari sisi yang berbeda, mereka lebih peduli pada keseimbangan kehidupan-kerja, mencari makna dan tujuan dalam pekerjaan, serta mengharapkan dukungan dan *feedback* cepat dari atasan, generasi ini juga cenderung mudah berpindah kerja atau keluar dari pekerjaannya ketika merasa ekspektasi mereka tidak terpenuhi (Chillakuri, 2020).

Sebanyak 40% karyawan Gen Z berencana meninggalkan pekerjaan mereka dalam kurun waktu 2 tahun ke depan (Deliotte, 2023). Hasil penelitian ini memberikan gambaran tingginya tingkat *turnover intention* karyawan Gen Z untuk jangka waktu yang sangat singkat dalam masa karir mereka. Tingginya tingkat *turnover* yang dimiliki oleh Gen Z menuntut perusahaan untuk bisa memahami faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi keinginan untuk bertahan atau memilih keluar dari perusahaan mereka. Terdapat berbagai macam faktor yang telah diteliti oleh para ahli, diantaranya adalah pengembangan karier.

Pengembangan karier dianggap sebagai salah satu faktor penting yang mempengaruhi *turnover intention* seorang karyawan. Pengembangan karier sendiri diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk membantu karyawan dalam merencanakan dan mengembangkan karir mereka, yang didalamnya terdapat kegiatan pelatihan, mentoring, dan kesempatan untuk promosi (Ng & Feldman, 2014).

Gen Z sebagai generasi yang mengutamakan pertumbuhan dan pembelajaran berkelanjutan, serta ketersediaan program pengembangan karier yang jelas serta terstruktur, tentunya menjadikan pengembangan karier sebagai salah satu faktor krusial bagi mereka dalam menentukan keputusan untuk bertahan dalam perusahaan (Gaidhani et al., 2019). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kraimer et al. (2011), ditemukan bahwasanya persepsi karyawan terhadap kesempatan pengembangan karier akan berpengaruh negatif signifikan terhadap *turnover intention*, yang berarti semakin baik persepsi yang dimiliki karyawan terhadap pengembangan karier, maka semakin rendah niat mereka untuk meninggalkan perusahaan. Temuan penelitian ini sangat menguatkan bahwa pengembangan karier menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi *turnover intention* karyawan.

Selain pengembangan karier, terdapat faktor penting lainnya yang mempengaruhi *turnover intention*, yaitu kepuasan kerja. Kepuasan kerja merupakan emosi positif dan menyenangkan yang diperoleh dari evaluasi pekerjaan dan pengalaman kerja seorang karyawan (Locke, 1976). Kepuasan kerja mencakup aspek kepuasan terhadap pekerjaan itu sendiri, kepuasan pada gaji, dan

adanya kesempatan untuk promosi, serta kepuasan terhadap hubungan dengan *supervisor* dan rekan kerja (Spector, 2014). Penelitian terdahulu juga secara konsisten menunjukkan bahwa kepuasan kerja menjadi salah satu prediktor terkuat dari *turnover intention* (Judge et al., 2001).

Tingkat kepuasan kerja yang tinggi pada karyawan mencerminkan dirinya memiliki komitmen besar terhadap perusahaan, dan niat yang rendah untuk meninggalkan pekerjaannya. Sebaliknya, ketika karyawan memiliki ketidakpuasan kerja yang tinggi, hal ini akan memicu mereka dalam mencari alternatif pekerjaan yang lebih memuaskan dirinya. Oleh karena itu, kepuasan kerja menjadi faktor sensitif yang memengaruhi keputusan Gen Z untuk keluar atau tetap bertahan pada pekerjaannya, mengingat Gen Z punya ekspektasi tinggi dan cepat beradaptasi dengan perubahan.

Berkaitan dengan kepuasan kerja, *perceived supervisor support* (PSS) menjadi salah satu faktor lain yang berpengaruh terhadap *turnover intention*. PSS didefinisikan sebagai suatu persepsi yang dimiliki karyawan terkait sejauh mana *supervisor* mereka dapat menghargai kontribusi, peduli terhadap kesejahteraan, dan memberikan dukungan dalam pekerjaannya (Rhoades & Eisenberger, 2002). Bentuk dukungan yang diberikan oleh *supervisor* di sini dapat berupa, dukungan emosional, instrumental, informasional, dan maupun penilaian yang membantu karyawan dalam menyelesaikan tugas serta menghadapi tantangan lain di tempat kerjanya.

Penemuan dari penelitian Maertz et al. (2007) bahwa *perceived supervisor support* (PSS) memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *turnover intention*, di mana karyawan yang merasakan dukungan *supervisor*-nya, maka cenderung punya niat yang lebih kecil untuk meninggalkan perusahaan. Seiring dengan temuan di atas mengenai PSS, Berkup (2014) juga menyatakan bahwa bagi seorang Gen Z, yang mengharapkan *feedback* konstruktif, maka dukungan *supervisor* adalah faktor yang sangat penting dalam membentuk sikap dan perilaku mereka terhadap perusahaan, singkatnya PSS juga akan memengaruhi keputusan untuk menetap atau meninggalkan perusahaan.

Indonesia sebagai negara ekonomi berkembang, memiliki berbagai sektor industri yang menyokong pertumbuhan ekonomi secara pesat, diantaranya adalah industri kosmetik dan kecantikan. Industri ini dianggap sebagai salah satu industri yang menjanjikan bagi perkembangan ekonomi Indonesia pada saat ini hingga masa mendatang. Hal ini dapat terlihat dari pesatnya perputaran roda bisnis di dalamnya, melalui tren gaya hidup yang kini sudah ketergantungan dengan *skincare* dan *makeup* pada seluruh kalangan, baik itu pria dan wanita, diyakini bisnis di industri ini akan semakin menjamur dan menjadi salah satu sektor bisnis yang memberikan keuntungan terbesar bagi perekonomian negara ke depan.

Berdasarkan pernyataan oleh Wakil Menteri Industri Kecantikan Indonesia, dalam sebuah wawancara *event* yang diadakan oleh *Paragon Corp.* pada Kamis, 28 November 2024, “Kementrian Perindustrian RI optimis industri kecantikan Indonesia akan tumbuh solid”. Pernyataan ini didukung oleh data historis pada tahun 2024, yang mana pendapatan industri kecantikan dan perawatan pribadi Indonesia mencapai 9,17 miliar dolar AS, atau setara dengan Rp 142 triliun, dengan pertumbuhan rata-rata tahunan sebesar 4% (Republika, 2024).

Pesatnya pertumbuhan pada industri kecantikan ini, menciptakan ruang persaingan yang ketat antara *brand* dalam merebut pangsa pasar dan mempertahankan posisi terbaik mereka, yang pada akhirnya akan berdampak dalam kompetisi untuk mendapatkan dan mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing. Kemampuan dalam berinovasi, kreatif, dan dapat memahami preferensi konsumen merupakan kriteria sumber daya yang dibutuhkan dalam industri kosmetik, di mana sumber daya yang dimiliki, diharapkan tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga berkomitmen terhadap perusahaan. Namun, pada realitanya tantangan retensi karyawan terutama pada Gen Z memang masih menjadi isu yang semakin terkemuka di industri ini.

Miss Glam merupakan sebuah unit perusahaan di bawah naungan *Mcorp Indonesia* yang bergerak di bidang industri kecantikan dan kosmetik, yang didirikan pada 26 Juni 2020 di Kota Padang oleh Redian Fikri, sebagai pendiri sekaligus CEO Miss Glam Indonesia. Miss Glam didirikan dengan tujuan sebagai pusat distribusi dan edukasi terkait kecantikan, guna mengikuti pertumbuhan

kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan kulit atau *skincare* (MCORP INDONESIA, 2025).

Kehadiran Miss Glam disambut baik oleh masyarakat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang mulai menyadari pentingnya perawatan diri, mulai dari perawatan muka, kulit dan penggunaan kosmetik. Hal ini terbukti dari berkembangnya *store* cabang Miss Glam di seluruh Indonesia, dalam kurun 5 tahun sejak berdiri Miss Glam sudah memiliki 35 *store* pada akhir tahun 2025. *Store* cabang Miss Glam tersebar ke beberapa kota yang ada di Indonesia dengan tingkatan/*grade* yang mengklasifikasikan *store* sesuai dengan tingkat kelengkapan fasilitas, produk, dan penjualan seperti yang tertera di bawah ini.

Tabel 1. 1 Cabang Store Miss Glam Indonesia 2025

35 Cabang Store Miss Glam Indonesia 2025				
Grade A+	Grade A	Grade C	Grade D	Grade D-
Damar	Medan	Bukit	Dumai	Aceh
Gpangilun	Mrb	Payakumbuh	Duri	Bengkulu
	Panam	Pekanbaru	Halat	Balikpapan
	Sutomo	Solok	Jambi	Kedaton
		Sudirman	Llg	Manggis
			Marpoyan	Mayang
			Pkp	Pahoman
			Palembang	Pasbar
			Sidempuan	Tj. Pinang
			Rantau Prapat	Batoh
			Sungai Penuh	Pematang
			Tembilahan	Siantar
			Usu	

Sumber: Wawancara HRD Miss Glam (2025)

Sebagai perusahaan yang terus berkembang dan memperluas pangsa pasar, Miss Glam sangat bergantung pada sumber daya manusia yang berkualitas tinggi

dan memiliki komitmen kuat untuk mencapai visi-misi perusahaan. Berdasarkan data internal perusahaan yang didapatkan dari *Supervisor HRD* bagian *Recruitment and Training Development*, saat ini mayoritas karyawan Miss Glam berasal dari kalangan Gen Z dengan total sebanyak 458 karyawan *store* cabang seluruh Indonesia, yang tersebar dari berbagai divisi dan level jabatan.

Store wilayah *central*, Sumatera Barat telah menjadi *store* dengan *grade* terbaik, cabang yang paling luas dengan fasilitas terlengkap namun masih memiliki retensi yang cukup tinggi juga, berikut data jumlah karyawan Gen Z *store* cabang Sumatera Barat.

Tabel 1. 2 Jumlah Karyawan Gen Z Miss Glam Store cabang Sumatera Barat

Wilayah	Grade	Store Leader	A.Store Leader	Admin Store	Shift Leader	Staff Admin	Staff Store	Staff Backend	Security	Admin Online	Cashier	Admin Inbound	TOTAL
P.Gunung Panglun	A+	1	1	1	1	1	2	4	2	1	8	4	26
P.Damar	A+	1	1	1	1	1	2	4	2	1	8	4	26
B.Manggis (Soeta)	B	1	1	1		1	2	2	2		4	2	16
P.Sutomo	B	1	1	1		1	2	2	2		4	2	16
Payakumbuh	C	1		1	1	1	5	1	1			1	12
Solok	C	1		1	1	1	5	1	1			1	12
B.Sudirman (Birugo)	C	1		1	1	1	5	1	1			1	12
Jumlah Karyawan Gen Z													120

Sumber: Struktur organisasi Miss Glam (2025)

Dominasi Gen Z dalam struktur kepegawaian Miss Glam ini, memberikan tantangan tersendiri bagi perusahaan dalam melakukan pengelolaan sumber daya manusia yang dimiliki, khususnya terkait strategi retensi karyawan. Hasil wawancara pra-penelitian yang dilakukan dengan pihak Miss Glam pada bulan Oktober 2025 lalu, diketahui bahwa terdapat beberapa permasalahan yang mengindikasikan adanya *turnover intention* yang cukup tinggi pada karyawan Gen Z Miss Glam Indonesia.

Pertama, data internal perusahaan menunjukkan tingkat *turnover intention* Gen Z Miss Glam Indonesia masuk ke dalam kategori tinggi, yakni mencapai 21% dengan sebagian besar karyawan yang keluar, hanya bekerja dalam rentang 1-2 tahun saja. hal ini bisa dilihat dari tabel *turnover* karyawan di bawah ini, data diperoleh dalam rentang bulan Juli-Oktober 2025.

Tabel 1. 3 Data Turnover Karyawan Gen Z Miss Glam (Juli-Okt) 2025
Berdasarkan Area Cabang

<i>Turnover /Bln</i>	Juli	Agus	Sept	Okt	Jumlah
<i>North</i>	11	19	14	6	50
<i>Central</i>	11	10	3	2	26
<i>South</i>	9	10	6	6	31
Total					107
Turnover Rate					21%

Sumber: Data *Turnover* Miss Glam (2025)

Berdasarkan data *turnover* pada tabel di atas, terdapat 107 orang karyawan Gen Z yang keluar dari perusahaan dalam kurun waktu 4 bulan dengan total *turnover rate* mencapai 21%. Persentase yang cukup tinggi ini mengindikasikan, bahwa adanya masalah serius dalam retensi karyawan muda di Perusahaan Miss glam Indonesia.

Permasalahan kedua, hasil wawancara bersama Ibuk Merini Meta selaku *Supervisor HRD* Miss Glam, beliau mengungkapkan, sebagian besar karyawan Gen Z hanya menjadikan Miss Glam sebagai “batu loncatan” dalam perjalanan karir mereka, untuk memperoleh pengalaman dan keterampilan sebelum berpindah ke perusahaan yang dianggap lebih besar atau memberi kompensasi lebih baik. Indikasi ini diketahui dari wawancara akhir atau *exit interview* bagi karyawan yang memutuskan keluar dari perusahaan. Fenomena ini memberi gambaran masih rendahnya komitmen organisasional dan tingginya *turnover intention* dikalangan Gen Z Perusahaan Miss Glam Indonesia.

Ketiga, ditemukan permasalahan terkait program pengembangan karir di Miss Glam Indonesia. Ibuk Merin juga mengungkapkan, bahwa memang belum adanya kejelasan sistem pengembangan karir di Miss Glam Indonesia untuk karyawan yang berkarir lebih dari 1-2 tahun di perusahaan, sehingga membuat karyawan merasa minimnya kesempatan untuk dapat mengembangkan karir mereka di perusahaan. Kondisi ini tentu membuat Gen Z merasa tidak memiliki prospek karir yang jelas dan mendorong keinginan untuk mencari peluang lebih besar di tempat lain.

Selanjutnya, ditemukan juga sebagian besar *supervisor* Miss Glam masih relatif muda, dengan rata-rata usia di bawah 30 tahun dan memiliki pengalaman manajerial yang terbatas. Beberapa karyawan mengungkapkan, *supervisor* mereka terkadang kurang mampu untuk memberikan *feedback* yang membangun. Akibatnya, karyawan merasa kurang didukung dan dibimbing dalam menjalankan pekerjaannya.

Kemudian masih berkaitan erat dengan peran dan keterlibatan *supervisor* terhadap karyawan Gen Z Miss Glam Indonesia, ditemukan pula *Perceived Supervisor Support* (PSS) pada karyawan Gen Z perusahaan cenderung rendah. Dengan rasio *supervisor* 1:6, membuat mayoritas karyawan masih merasa mereka tidak terlalu dipedulikan, serta *supervisor* jarang melakukan komunikasi 2 arah secara langsung dan efektif, hal ini juga dikuatkan dengan pernyataan Ibuk Merin “memang masih kurangnya *supervisor* yang dapat membantu pengelolaan dan pengawasan kinerja serta kepemimpinan para karyawan Gen Z secara langsung di perusahaan”, hal ini berdampak pada kurangnya rasa penghargaan, kurang bimbingan, dan rendahnya motivasi untuk memberikan kinerja terbaik, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk meninggalkan perusahaan.

Terakhir, dapat diketahui bahwa dampak berbagai permasalahan di atas, tercermin pada hasil wawancara yang memang menunjukkan tidak sedikit di antara karyawan yang bekerja secara kurang maksimal, mengalami kebingungan, dan tingkat kepuasan kerja yang rendah, bahkan beberapa melakukan hal-hal yang di luar norma perusahaan, seperti membuat konten dan bermain Tik-Tok pada jam kerja, karena karyawan merasa tidak diperhatikan. Kondisi ini bukan hanya merugikan karyawan itu sendiri, melainkan juga berdampak negatif terhadap produktivitas dan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Apabila perusahaan tidak segera menangani permasalahan-permasalahan yang telah dipaparkan dengan serius, maka Miss Glam Indonesia berpotensi kehilangan talenta-talenta terbaiknya yang menjadi aset berharga bagi keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Tingginya *turnover* tidak hanya meningkatkan biaya operasional, tetapi juga mengganggu stabilitas perusahaan dan menghambat dalam pencapaian tujuan strategis

perusahaan. Oleh karena itu, sangat penting untuk dapat mengidentifikasi serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *turnover intention* di kalangan Gen Z, sebagai dasar dalam merancang strategi retensi yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji bagaimana hubungan antara pengembangan karier, kepuasan kerja, *perceived supervisor support* dan *turnover intention*. Penelitian yang dilakukan oleh Kraimer et al. (2011), ditemukan bahwa persepsi terhadap kesempatan pengembangan karier akan berpengaruh negatif signifikan terhadap *turnover intention* karyawan profesional. Wan & Duffy (2022) juga menemukan bahwa pengembangan karier memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *turnover intention*, melalui mediasi kepuasan kerja, dimana berdasarkan hasil studi yang melibatkan 532 karyawan muda di China, dikatakan bahwa karyawan yang memiliki persepsi positif terhadap kesempatan pengembangan karier mereka, cenderung mempunyai tingkat kepuasan kerja lebih tinggi, yang berdampak pada kecilnya niat untuk keluar dari perusahaan.

Berikutnya, ditemukan adanya hubungan negatif yang kuat antara kepuasan kerja dan *turnover intention*, dengan *supervisory support* juga muncul sebagai dimensi paling berpengaruh dalam mempertahankan karyawan Gen Z, (Rumahorbo, 2025). Penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2024), menunjukkan bahwa kepuasan kerja berpengaruh negatif signifikan terhadap *turnover intention*, dengan adanya *organizational support* dan *work-life balance* sebagai anteseden penting dari kepuasan kerja, penelitian ini dilakukan pada alumni universitas yang dalam konteks ini merupakan bagian dari Gen Z. Maertz et al. (2007), membuktikan bahwa *perceived supervisor support* (PSS) memiliki pengaruh negatif yang cukup kuat terhadap *turnover intention*, jika semakin besar dukungan yang dirasakan dari *supervisor*, maka semakin rendah niat karyawan untuk keluar dari pekerjaannya.

Sejauh penelusuran literatur yang dilakukan oleh peneliti, belum ditemukan penelitian yang mengintegrasikan ketiga variabel pengembangan karier, kepuasan kerja, dan *perceived supervisor support* dalam satu model penelitian, khususnya dalam konteks karyawan Gen Z pada perusahaan yang bergerak di

Industri Kecantikan dan Kosmetik di Indonesia. Selain itu, penelitian yang mengkaji kepuasan kerja sebagai variabel independen yang secara langsung memengaruhi *turnover intention* Gen Z, dengan mempertimbangkan pengembangan karier serta *perceived supervisor support* sebagai pembentuk kepuasan kerja, juga belum ditemukan peneliti dalam literatur.

Adanya gap riset ini yang menjadi alasan kuat bagi peneliti untuk melakukan kajian lebih mendalam mengenai pengaruh pengembangan karier kepuasan kerja, dan *perceived supervisor support* terhadap *turnover intention* pada karyawan Gen Z Miss Glam Store Cabang Sumatera Barat. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi akademis, berupa literatur tentang *turnover intention*, khususnya pada segmen karyawan muda/Gen Z di Indonesia. Selain itu, secara praktis, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan *insight* yang bermanfaat bagi manajemen Miss Glam, dalam merancang serta menetapkan kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan retensi karyawan Gen Z dalam perusahaan, sehingga pada akhirnya mampu mengurangi tingkat *turnover* dan meningkatkan kepuasan kerja serta komitmen karyawan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, yang mencakup fenomena *turnover* secara umum hingga khusus dengan konteks lokal di Indonesia, dan pembahasan karakteristik unik Gen Z di dunia kerja, permasalahan spesifik yang dihadapi oleh Miss Glam Indonesia, serta Gap penelitian yang ada di dalam literatur, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengembangan Karier, Kepuasan Kerja, dan Perceived Supervisor Support terhadap Turnover Intention Karyawan Gen Z Studi Kasus Pada Miss Glam Sumatera Barat”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti telah menyusun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengembangan karier terhadap *turnover intention* karyawan Gen Z Miss Glam?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan kerja terhadap *turnover intention* karyawan Gen Z Miss Glam?

3. Bagaimana pengaruh *perceived supervisor support* terhadap *turnover intention* karyawan Gen Z Miss Glam?
4. Bagaimana pengembangan karier, kepuasan kerja, dan *perceived supervisor support* secara simultan berpengaruh terhadap *turnover intention* karyawan Gen Z Miss Glam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini diharapkan dapat menjawab semua permasalahan tersebut sesuai dengan tujuan penelitian berikut ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengembangan karier terhadap *turnover intention* karyawan Gen Z Miss Glam
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan kerja terhadap *turnover intention* karyawan Gen Z Miss Glam
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived supervisor support* terhadap *turnover intention* karyawan Gen Z Miss Glam
4. Untuk mengetahui pengaruh pengembangan karier, kepuasan kerja, dan *perceived supervisor support* secara simultan terhadap *turnover intention* karyawan Gen Z Miss Glam.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi manajemen retensi atau sistem pengelolaan sumber daya manusia perusahaan dalam industri kecantikan, khususnya pada Perusahaan Miss Glam Indonesia, baik secara langsung maupun tidak langsung, manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkuat konsep dan teori-teori yang sudah ada dalam bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya pengetahuan mengenai variabel pengembangan karier, kepuasan kerja, *perceived supervisor support*, dan *turnover intention*. Serta penelitian ini juga diharapkan

dapat menjadi referensi dari penelitian sejenis di masa mendatang, dalam rangka mengembangkan pengetahuan untuk kemajuan dunia pendidikan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian adalah:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan baru untuk dapat menerapkan teori yang diperoleh dalam perkuliahan pada kenyataan yang sebenarnya.

b. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada mahasiswa lain dan menjadi referensi bagi karya tulis selanjutnya.

c. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian perusahaan-perusahaan di Sumatera Barat untuk mengelola sumber daya manusia perusahaan dengan baik, melalui penciptaan lingkungan kerja yang sesuai dengan kebutuhan generasi baru dalam dunia kerja, dengan mempertimbangkan hal-hal seperti lingkungan kerja yang *supportive* terhadap karyawan, kesempatan untuk mengembangkan karir, dan kepuasan kerja serta dukungan dari atasan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang dilakukan merupakan bagian dari Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dengan fokus utama pada pengelolaan karyawan khususnya Generasi Z. Variabel Independen (X) dalam penelitian ini meliputi pengembangan karier, kepuasan kerja, *perceived supervisor support*, sedangkan Variabel Dependen (Y) adalah *turnover intention*.

Sampel pada penelitian ini adalah karyawan Gen Z Perusahaan Miss Glam wilayah cabang Sumatera Barat. Penulis akan melakukan survei kuisioner kepada karyawan Gen Z, untuk pengumpulan data penelitian, sebagai bahan acuan dalam penulisan hasil penelitian yang akan dilakukan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah suatu rincian dalam penulisan proposal penelitian, yang memberikan gambaran mengenai tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam penulisan proposal. Sehingga memudahkan pembaca dalam memahami bagaimana pembahasan masalah yang didapatkan dalam penelitian ini. Sistematika penulisan proposal penelitian ini adalah:

a. BAB 1: PENDAHULUAN

Bagian ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika penulisan proposal.

b. BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini berisi landasan teori dan juga membahas penelitian serupa sebelumnya, serta memberikan kerangka penelitian yang menggambarkan hubungan antar variabel penelitian dan hipotesis penelitian.

c. BAB III: METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian seperti jenis penelitian, data dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data yang akan dipakai, populasi dan sampel penelitian, definisi operasional, metode pengukuran variabel dan analisis data.

d. BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan hasil penelitian berupa deskripsi data, deskripsi data statistik, analisis data dan pembahasan masing-masing variabel dalam penelitian.

e. BAB V: PENUTUP

Bagian ini berisi kesimpulan dari analisis data dan pembahasan penelitian, mengungkapkan keterbatasan penelitian, serta memaparkan saran dan rekomendasi untuk penelitian masa mendatang.