

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah organisasi tidak terlepas dari sumber daya manusia yang terdapat di dalamnya. Organisasi yang efektif semakin menyadari bahwa faktor yang sangat berperan pada perkembangan suatu organisasi merupakan insan atau karyawan. sumber daya manusia adalah salah satu hal yang sangat krusial bagi keberhasilan suatu perusahaan baik berskala besar maupun kecil, apapun jenis industri Sri larasati (2018).

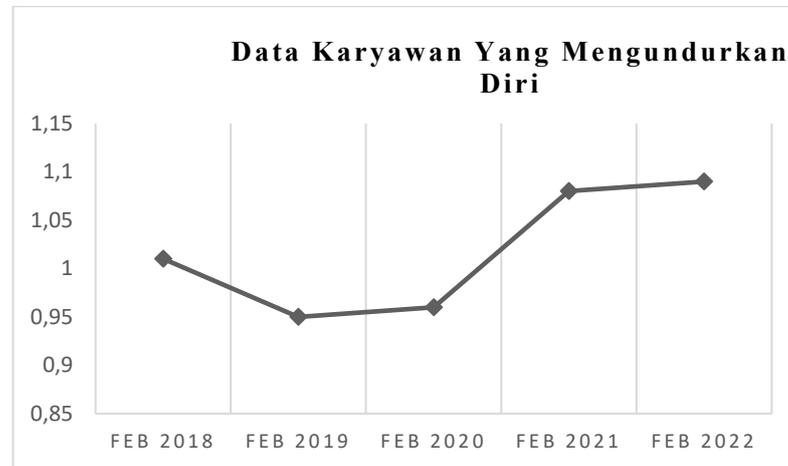
Potensi kemajuan perusahaan perlu dikelola secara sempurna serta terstruktur melalui pengembangan *planning* retensi karyawan supaya mengurangi kemungkinan adanya hasrat untuk mengundurkan diri dari perusahaan atau *turnover intention*. *Turnover intention* perlu sebagai perhatian penting karena bisa memberikan akibat yang signifikan bagi perusahaan Ardan & Jaelani (2021).

Turnover Intention karyawan adalah keinginan karyawan untuk melakukan pengunduran diri permanen secara sukarela (*voluntary*) maupun tidak sukarela (*involuntary*) dari suatu perusahaan Sugiarto (2018).

Tren aksi pengunduran diri para pekerja secara masal tengah terjadi di beberapa negara. Bahkan, survei yang dirilis perusahaan perekrutan profesional, Robert Walters mencatat 77% pekerja profesional di Indonesia mempertimbangkan untuk mengundurkan diri atau resign. Dicermati dari preferensi para tenaga kerja profesional di Indonesia, survei menjelaskan juga menyebutkan 45 % pekerja lainnya mengaku belum akan mengundurkan diri.

Alasan utama yg menahan mereka, tidak lain karena belum menemukan pekerjaan yang cocok (56 % responden), kurangnya peluang pekerjaan pada bidang yg mereka tekuni (23 %), hingga kekhawatiran akan keamanan status pekerjaan pada perusahaan baru (21 % responden). Selain itu, rekan kerja serta budaya kerja suportif jua disebut sebagai indikator krusial bagi tenaga kerja profesional pada perusahaan, berdasarkan satu dari dua responden (45

%). Disusul oleh kompensasi serta tunjangan (44 %), serta peraturan kerja yg fleksibel (34 %).



Katadata.co.id

Gambar 1. Data Karyawan *Turnover*

Adapun bagi karyawan yang sedang mempertimbangkan untuk mengundurkan diri, 80 % dari mereka mengaku terbuka untuk berubah pikiran bila kondisinya sempurna. gaji, menjadi faktor vital pada mengganti keputusan, menggunakan detil yaitu; kenaikan gaji (37 %), perubahan tanggung jawab pekerjaan (25 %), serta promosi (23 %) Sari (2022).

fokus perusahaan seharusnya mempertahankan karyawannya yang ada dibandingkan dengan berusaha merekrut karyawan baru yang lebih berpengalaman. *Turnover* karyawan mempengaruhi biaya serta bisa memberikan implikasi negatif bagi jalannya perusahaan. Negatif yang mungkin terjadi yaitu biaya perekrutan serta pembinaan yang tinggi, produktifitas waktu proses pergantian karyawan menurun, kehilangan karyawan yang berkompeten, serta disrupsi struktur sosial serta komunikasi Chandren et al., (2021)

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mempertahankan karyawan atau mencegah keinginan mereka untuk keluar (*turnover intention*) adalah strategi *employer branding*. *Employer branding* memiliki banyak manfaat untuk menarik dan mempertahankan karyawan. Hal inilah yang menjadikan *employer branding* dapat mempengaruhi karyawan

untuk memiliki tetap bertahan di perusahaan atau keluar dari perusahaan Richard Mosley (2017)

Konsep employer branding dapat dipergunakan untuk mendukung perusahaan secara efektif dalam upaya menarik calon karyawan dan mempertahankan karyawan yang ada. Selain itu, strategi *employer branding* dapat memberikan nilai perusahaan dan menempatkan perusahaan tersebut sebagai perusahaan yang andal dan memikat.

Selain *employer branding*, fenomena *turnover Intention* juga dapat dipengaruhi oleh keadilan organisasi. Ini dibuktikan oleh beberapa penelitian yang dikemukakan oleh Wibawa, (2018) bahwa keadilan organisasi memiliki hubungan negatif dan signifikan terhadap *turnover intention* Ni Luh Putu Tita Yanthi Agustini & Made Subudi (2018). Membuktikan bahwa Keadilan organisasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *turnover intention* karyawan. Senada dengan yang dikatakan oleh Ni Putu Ayu Sintya Saraswati & Pande Ketut Ribek, n.d. bahwa Keadilan organisasi berpengaruh negatif signifikan terhadap *turnover intention*.

Pentingnya keadilan organisasi pada sebuah perusahaan akan memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup perusahaan. Dalam hal ini, pemimpin perlu mempertimbangkan prinsip keadilan kepada karyawannya karena, pada saat pengambilan keputusan karyawan memiliki daya kepekaan yang kuat (*strong sense*) terhadap keadilan dan jika pemimpin tidak melakukan hal tersebut maka akan menimbulkan risiko terhadap keputusan karyawan untuk meninggalkan perusahaan Zaharuddin, Supriyadi (2021)

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah terakit dengan judul **“Pengaruh Keadilan Organisasi dan *Employer Branding* terhadap *Turnover Intention* Karyawan Pada Perusahaan Telekomunikasi PT. LN di Tangerang Provinsi Banten”**.

1.2 Pembatasan Masalah

Pada riset ini penulis melakukan batasan masalah. Sesuai dengan latar belakang tersebut penulis membatasi masalah pada pengaruh keadilan

organisasi dan *employer branding* terhadap *turnover intention* karyawan perusahaan Telekomunikasi PT. LN yang lokasi kerjanya di Tangerang.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh keadilan organisasi terhadap *turnover intention* karyawan pada perusahaan Telekomunikasi PT. LN?
2. Bagaimana pengaruh *employer branding* terhadap *turnover intention* karyawan pada perusahaan telekomunikasi PT. LN?
3. Bagaimana pengaruh keadilan organisasi dan *employer branding* secara bersama-sama terhadap *turnover intention* karyawan pada perusahaan Telekomunikasi PT. LN?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh keadilan organisasi terhadap *turnover intention* karyawan perusahaan Telekomunikasi PT. LN.
2. Menganalisis pengaruh *employer branding* terhadap *turnover intention* karyawan perusahaan telekomunikasi PT. LN.
3. Menganalisis pengaruh keadilan organisasi dan *employer branding* secara bersama-sama terhadap *turnover intention* karyawan perusahaan Telekomunikasi PT. LN.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penulis berharap bisa mendemonstrasikan secara empiris bagaimana keadilan organisasional dan *employer branding* bisa mempengaruhi hasrat karyawan untuk keluar dari perusahaan.
 - b. Peneliti selanjutnya harus mendapatkan pengetahuan serta pemahanan tambahan dari penelitian ini, khususnya terkait keadilan organisasi, *employer branding*, serta *turnover intention*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Penulis

Studi ini dimanfaatkan untuk pelajaran dalam analisis keadilan organisasi serta kedalaman pengetahuan, *employer branding*, dan

turnover intention serta membandingkan apa yang sebenarnya terjadi dengan teori-teori yang dipelajari di perguruan tinggi.

b. Bagi Akademis

Studi diharapkan bisa memberikan kontribusi untuk pemahaman pembaca mengenai sumber daya manusia berfungsi sebagai model untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan pertimbangan dan sumbang saran, khususnya dalam hal penerapan keadilan organisasi, kebijakan terkait *employer branding* dan *turnover intention* pegawai.



