



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti terhadap “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi *Intention to Stay*; Telaah pada Karyawan Divisi *Merchandising & Marketing* PT Matahari Department Store Tbk.”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner dapat disimpulkan dari sisi demografi, mayoritas responden pada penelitian ini adalah:
 - a. Berjenis kelamin perempuan, sebanyak 68 responden atau setara dengan 54% (karyawan tetap)
Rentang usia 21 – 25 tahun, sebanyak 34 responden atau setara dengan 27%
 - b. Status karyawan belum menikah, sebanyak 80 responden atau setara dengan 64%
Pendidikan terakhir S1, sebanyak 98 responden atau setara dengan 78%
 - c. Jabatan sekarang adalah *staff*, sebanyak 75 responden atau setara dengan 60%
Rentang waktu masa bekerja di perusahaan 1 – 5 tahun, sebanyak 69 responden atau setara dengan 55%
2. Berdasarkan hasil hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. H1: *Internal brand management* memiliki pengaruh positif terhadap *brand commitment*. H1 dapat dikatakan memiliki pengaruh positif karena memiliki *standard coefficient* yang positif yaitu 0,600 dan nilai *p - value* $< 0,05$ yaitu 0,000.
- b. H2: *Internal brand management* pada karyawan divisi *merchandising & marketing* PT Matahari Department Store Tbk. memiliki pengaruh positif terhadap *job satisfaction* pada karyawan divisi *merchandising & marketing* PT Matahari Department Store Tbk. H2 dapat dikatakan memiliki pengaruh positif karena memiliki *standard coefficient* yang positif yaitu 0,939 dan nilai *p - value* $< 0,05$ yaitu 0,000.
- c. H3: *Brand commitment* tidak menjadi mediasi antara *job satisfaction* dan *intention to stay* pada karyawan divisi *merchandising & marketing* PT Matahari Department Store Tbk. karena memiliki pengaruh negatif. *Standard coefficient* sebesar -0,113 dan memiliki nilai *p - value* sebesar 0,041.

5.1.1. Saran untuk Perusahaan berdasarkan Hipotesis

Berikut adalah beberapa saran yang peneliti yang dapat diberikan untuk perusahaan:

- a. Berdasarkan hasil penelitian, untuk variabel pertama yaitu pada dimensi *brand identity*, indikator BID1 memiliki nilai yang paling kecil, yaitu sebesar 5,168. Indikator BID1 berisi tentang Identitas merek (*brand identity*) perusahaan mudah dipahami. Menurut hasil *in depth interview* dengan karyawan divisi *merchandising & marketing* PT Matahari Department Store Tbk., terdapat *orientation* yang

dilakukan perusahaan saat menjadi karyawan baru dan hal – hal terkait pengetahuan di perusahaan sudah diberitahukan oleh rekan kerja. Tetapi, karyawan merasa PT Matahari Department Store Tbk. jarang memberikan *training* khusus yang dapat meningkatkan *hard skills* dan *soft skills*. Karyawan juga merasa membutuhkan *training* untuk meningkatkan kompetensi. Berdasarkan teori menurut Spencer & Spencer (1993), terdapat 20 jenis dalam meningkatkan kompetensi karyawan, PT Matahari Department Store Tbk. dapat memilih beberapa pilihan *training* yang fokus kepada *self-confidence* (SLF) karyawan, *team-leadership* (TL) atau meningkatkan *analytical thinking* (AT). Terdapat beberapa manfaat *training* menurut Linov HR, 2018, yaitu:

1. Bisa menemukan potensi para karyawan dalam perusahaan

Tidak semua karyawan tahu apa potensi mereka, mereka juga tidak tahu apa yang harus mereka perbaiki. Dengan adanya program pelatihan dan pengembangan SDM, karyawan bisa tahu *skills* apa saja yang harus dikembangkan

2. Lebih memahami tren terbaru

Manfaat pelatihan dan pengembangan SDM bagi perusahaan terutama bagi para karyawan, agar bisa melatih karyawan untuk mengasah dan memahami perkembangan tren terbaru yang ada di industri perusahaan tersebut

3. Mampu meningkatkan produktivitas karyawan dalam perusahaan

Produktivitas karyawan berdampak pada kemajuan perusahaan. Caranya bisa dengan mengandalkan pelatihan pada karyawan agar dapat meningkatkan pemahaman serta kepercayaan diri yang dimiliki oleh karyawan terutama dalam hal pekerjaan.

- b. Selanjutnya, indikator BC1 pada variabel *brand commitment* memiliki nilai yang paling kecil, yaitu sebesar 5,216. Indikator BC1 tentang seberapa sering karyawan memberi tahu rekan kerjanya bahwa PT Matahari Department Store Tbk. merupakan tempat yang baik untuk bekerja. Hal ini mengacu pada bagaimana perusahaan melakukan *employer branding* di perusahaan. Walaupun PT Matahari Department Store Tbk merupakan salah satu *department store* yang sering melakukan iklan menurut hasil monitoring iklan televisi (TVC) Adstensity pada tahun 2017 (Januari – September), perusahaan perlu meningkatkan *employer branding* tidak hanya bentuk promosi ke luar, tapi bagaimana perusahaan memberikan citra positif untuk karyawan di perusahaan. Menurut Maulina (2019), *employer branding* dapat meningkatkan *retention* dan *engagement* bahwa perusahaann bisa menawarkan atau kelebihan daripada perusahaan lain dan menjadi keterikatan untuk karyawan tersebut. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah menentukan strategi dan menyusun terlebih dahulu. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan dan menyebarluaskan budaya, serta nilai - nilai perusahaan untuk membangun citra positif. Misalnya, karir *website* yang informatif dan atraktif seperti memberikan *office tour* dengan sistem 360 derajat, membagikan aktivitas karyawan di *social media*, memperkenalkan perusahaan

melalui video atau konten - konten kreatif lainnya. Berdasarkan cara yang dapat digunakan perusahaan untuk membangun komitmen karyawan dalam organisasi menurut Dessler (2017), perusahaan bisa menggunakan 3 dari 9 poin yang ada yaitu seperti, *make it charismatic* dan *support employee development*. *Make it charismatic* bermaksud untuk perusahaan harus menjadikan visi dan misi organisasi sebagai hal yang karismatik, dijadikan pondasi dan menjadi dasar untuk pegangan karyawan dalam berperilaku. Berikutnya adalah *support employee development* yaitu karyawan di perusahaan perlu diperhatikan perkembangan karirnya, supaya tidak berhenti disitu saja dan memiliki peluang untuk berkembang.

- c. Ketiga, dilihat dari *job satisfaction* karyawan atau melalui indikator JS3 karena memiliki nilai yang paling kecil, yaitu sebesar 5,080. Indikator JS3 berisikan tentang kepuasan karyawan terhadap tunjangan yang diberikan di perusahaan. Berdasarkan hasil *in depth interview*, karyawan memiliki *double job* dan selalu bekerja lembur, sehingga karyawan di divisi *merchandising & marketing* PT Matahari Department Store Tbk. merasa suasana bekerja memiliki *pressure* yang sangat tinggi karena target yang diberikan. Perusahaan bisa meningkatkan tunjangan untuk karyawan, sehingga karyawan bisa merasa bahwa pekerjaan yang diberikan dengan tunjangan yang ada sesuai. Di luar faktor pemberian bonus dan tunjangan, untuk meningkatkan *job satisfaction* karyawan, perusahaan juga dapat menciptakan rutinitas yang menyenangkan di perusahaan. Apresiasi sekecil apapun yang diberikan, bisa menyenangkan hati karyawan. Misalkan seperti, memberikan

kopi gratis di saat karyawan sedang bekerja, memberikan kejutan kepada karyawan yang berulang tahun, dan lain sebagainya.

- d. Selanjutnya dilihat dari *intention to stay* karyawan di perusahaan, dilihat berdasarkan indikator paling kecil yaitu IS4, memiliki nilai sebesar 5,56, yang di mana indikator tersebut berisikan tentang karyawan sedang mencari pekerjaan dan tempat yang baru. Hal ini bisa menjadi masalah untuk perusahaan, yang di mana apabila *turnover* karyawan di perusahaan tinggi, efisiensi bekerja menjadi berkurang. Hal tersebut bisa menghambat banyak hal seperti pekerjaan, waktu, dan biaya. Seperti data yang ada, bahwa *turnover* karyawan di divisi *merchandising & marketing* PT Matahari Department Store Tbk. terlampau tinggi. Untuk tahun 2016, dikatakan tidak memenuhi standar *turnover* di perusahaan karena karyawan yang keluar kurang dari 10%, yaitu sebesar 6,08% atau sebanyak 14 orang dari total 258 karyawan saat itu. Untuk tahun 2017, karyawan yang keluar dari perusahaan sebanyak 46 orang dengan jumlah karyawan 225 orang, dengan presentase sebesar 21,44%. Untuk tahun 2018, karyawan yang keluar sebanyak 32 orang dengan jumlah karyawan 195 orang dan presentase sebesar 23%. Maka dari itu, *turnover* karyawan divisi *merchandising & marketing* di PT Matahari Department Store Tbk. bisa dikategorikan tinggi, khususnya untuk tahun 2017 dan 2018. Faktor – faktor yang ada harus diperhatikan, seperti *internal brand management*, peningkatan *brand commitment* karyawan melalui *training* dan *employer branding* serta *job satisfaction* karyawan harus betul – betul dipahami oleh perusahaan. Apabila semua hal ini bisa dipenuhi, *intention to stay* karyawan di perusahaan bisa

menjadi tinggi dan tidak memiliki pikiran ataupun sedang mencari pekerjaan dan tempat yang baru.

5.1.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti dapatkan, maka peneliti mengajukan saran bagi peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan industri fesyen ritel sebagai objek penelitian, diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan industri lain seperti manufaktur, perhotelan, industri bahan dasar dan lain – lain
2. Industri selanjutnya diharapkan tidak terpaku pada satu divisi saja, melainkan bisa menggunakan seluruh karyawan yang ada di perusahaan, buruh, pekerja kontrak atau disesuaikan dengan industri yang digunakan.
3. Penelitian berikutnya bisa fokus ke *private label* dari PT Matahari Department Store Tbk. seperti Nevada, dan bisa melihat bagaimana karyawan bekerja di bagian tersebut.