

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Perekonomian (2011) mengemukakan bahwa salah satu industri unggulan di koridor Pulau Jawa adalah industri tekstil dan produk tekstil. Industri tekstil disebutkan bahwa banyak menyerap tenaga kerja yaitu sebesar 1,3 juta. Selain itu, industri tekstil dan produk tekstil menyumbang devisa dan produksi nasional. Ketika tahun 2007 industri tekstil menyumbang produksi nasional sebesar Rp 90 triliun. Keunggulan industri dan produk tekstil di Pulau Jawa ini harus dapat digunakan untuk memperluas pembangunan ekonomi sedemikian rupa berbentuk kemandirian, keadilan, dan kesejahteraan di Indonesia agar dapat diraih.

Harapannya setelah beberapa tahun kemudian industri dan produk tekstil akan berkontribusi langsung pada kemajuan dan kesejahteraan ekonomi di Indonesia (Riyardi, dkk, 2015). Masyarakat yang hidup berada ditengah-tengah perkotaan terbiasa dengan kehadiran berbagai pusat perbelanjaan. Bahkan lokasinya kadang-kadang berada di satu kawasan. Kondisi ini sangat menguntungkan karena masyarakat tinggal memilih gerai mana yang akan dimasukinya. Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses industri tekstil. Adanya perusahaan ritel sekarang, suatu produk dapat bertemu

langsung dengan penggunaannya. Kehadiran industri ritel modern pada dasarnya memanfaatkan pola belanja masyarakat terutama kelas menengah ke atas yang tidak mau berdesak-desakan di dalam pasar tradisional yang biasanya kumuh atau tertata tidak rapi (Soliha, 2008).

Industri ritel di Indonesia saat ini semakin berkembang ditandai dengan banyaknya pembangunan gerai-gerai baru di berbagai tempat. Antusias para pengusaha ritel untuk berlomba-lomba menanamkan investasi dalam pembangunan gerai baru mudah untuk dipahami. Ramainya industri ritel Indonesia dengan pembukaan gerai baru yang dilakukan oleh pengusaha asing seperti Makro (Belanda), *Carrefour* (Perancis), dan *Giant* (Malaysia) yang tersebar di kota-kota besar seperti Jakarta, Makassar, Semarang, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, dan kota besar lainnya (Soliha, 2008).

Menurut Soliha (2008) kelompok bisnis ritel ini hanya memiliki modal yang sedikit dengan fasilitas yang sederhana. Ritel modern adalah sejumlah pedagang eceran atau pengecer berukuran besar, misalnya dengan jumlah gerai yang cukup banyak dan memiliki fasilitas toko yang sangat lengkap dan modern. Hasil survey menurut AC Nielsen terdapat lima pengecer terbesar yang termasuk dalam kategori ritel modern di Indonesia berdasarkan nilai penjualan yaitu diantaranya adalah Matahari, Ramayana, Makro, Carrefour, dan Hero. Konsep yang ditawarkan perusahaan ritel modern beragam seperti supermarket (swalayan), hypermarket, minimarket, *departement store*, dan lain sebagainya.

Bentuk keberhasilan perusahaan ritel salah satunya ditandai dengan kinerja para pramuniaga. Pramuniaga sebagai sumber daya yang utama dalam perusahaan selalu dituntut untuk memberikan yang terbaik untuk perusahaan dengan cara kinerja yang optimal. Keberadaan pramuniaga sangat penting karena faktor terpenting dalam penentu produktivitas perusahaan. Tanpa pramuniaga tujuan di dalam perusahaan akan sulit dicapai dan berakhir pada tidak mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Pramuniaga akan memberikan kinerja yang baik bagi perusahaan, sedangkan perusahaan akan memberikan pembayaran sebagai bentuk dari balas jasa atas kinerja yang sudah diberikan oleh pramuniaga kepada perusahaan (Rismayanti, Musadieg, dan Aini, 2018).

Salah satu perusahaan yang berkembang cukup pesat di Kota Yogyakarta yaitu, Matahari *Department Store*. Matahari *Department Store* merupakan salah satu anak perusahaan dari Lippo *Group* yang sangat mengutamakan tercapainya kinerja pramuniaga lebih baik agar menjadi perusahaan yang semakin diminati oleh konsumen (Purwanti, 2016). Menurut Karla (2015) kelebihan yang dimiliki perusahaan ini dibandingkan dengan pasar tradisional yaitu mengutamakan dalam pemberian keleluasaan kepada konsumen untuk memilih barang-barang yang diminati dengan berbagai alternatif barang pilihan dari mulai harga, merek, ukuran dan kualitas barang yang dibutuhkan konsumen.

Semakin banyak *Department Store* yang beroperasi di Indonesia mengakibatkan munculnya persaingan yang ketat dalam hal menarik

konsumen baru maupun mempertahankan konsumen lama yang telah menjadi pelanggan agar tidak berpaling ke yang lain. Salah satu cara untuk menarik konsumen berbelanja di *Department Store* adalah dengan tanggap terhadap perilaku konsumen untuk itu diperlukan memberikan kualitas pelayanan pramuniaga yang baik untuk kepuasan konsumen (Karla, 2015).

Kartikasari dan Hariyani (2019) mengungkapkan sepanjang tahun 2017 terasa sulit bagi beberapa ritel modern di Indonesia. Akibat kerugian yang terus terjadi menyebabkan perusahaan akhirnya harus menutup gerainya. Dikutip dari Riset HaloMoney.co.id, Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) melansir industri ritel hanya mengantongi pertumbuhan dibawah lima persen sepanjang Januari – Juni 2017. Sepanjang tahun 2017 ada lima *brand* ritel yang menutup gerainya yaitu Lotus Departemen Store (PT. Mitra Adi Perkasa), Ramayana (PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk), PT.Matahari Departement Store tbk (LPPF), Debenhams (milik PT, Mitra Adi Perkasa Tbk), dan 7 – Eleven (PT. Modern Internasional Tbk). PT. Matahari Departemen Store Tbk (LPPF) juga mengalami penutupan gerai tetapi bukan karena penurunan laba melainkan karena sebagian besar akibat buruknya kinerja perusahaan.

Nisaaq (2017) mengemukakan bahwa pramuniaga adalah seseorang yang bekerja di sebuah toko, swalayan, atau perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dengan tugas utama melayani konsumen di tempat tersebut. Pramuniaga sebagai salah satu peran penting yang selalu langsung berhubungan dengan konsumen menjadi salah satu pusat bagi standar

pelayanan perusahaan. Selama melayani konsumen, pramuniaga yang dipekerjakan oleh perusahaan Matahari *Department Store* menjadi sorotan oleh konsumen yang datang dan dilayani. Pramuniaga merupakan aspek yang penting dalam pelayanan *booth* karena pramuniaga merupakan penghubung antara pemilik *booth* dengan konsumen. Keputusan pembelian produk banyak dilakukan di *booth* dan pengaruh pramuniaga dalam pengambilan keputusan sangat besar.

Booth atau yang biasa juga dikenal dengan nama gerai ini biasa digunakan oleh pemilik perusahaan ritel sebagai media *display* sebuah produk yang dipromosikan kepada konsumen agar komunikatif dan informatif. Terdapat berbagai macam produk yang ditawarkan, diantaranya produk *fashion* yang mencakup pakaian dan berbagai aksesoris. Jenis pakaian yang ditawarkan mulai dari pakaian anak, pakaian *casual*, pakaian laki-laki dan pakaian wanita. Sedangkan produk aksesoris meliputi pernak-pernik, topi, kacamata, sepatu, perhiasan dan berbagai macam aksesoris kreatif lainnya (Wijaya, Kusumarini dan Rizqy, 2016).

Adapun tugas dari pramuniaga berdasarkan hasil dari wawancara peneliti kepada personalia di Matahari *Department Store* Lippo dan Hartono *Mall* pada tanggal 23 Mei 2019 adalah membentuk kepercayaan pelanggan terhadap kualitas barang yang dijual dan juga *performance* perusahaan (toko), membantu konsumen memilihkan barang yang sesuai dengan apa yang diinginkan, menginformasikan kualitas barang sampai dengan cara

perawatannya kepada konsumen, menjawab pertanyaan dari para konsumen, serta melayani *complain* dari pelanggan dengan cara yang baik.

Menurut Simanjuntak dan Rahardja (2013) pelayanan yang baik pramuniaga akan berpengaruh terhadap kinerjanya. Pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap tercapainya tujuan perusahaan cukup besar. Ketika sebuah perusahaan memiliki pramuniaga yang berkualitas artinya perusahaan mendapatkan peningkatan produktivitas perusahaan secara menyeluruh. Hal ini merupakan keinginan yang ideal jika perusahaan tersebut diisi dengan pramuniaga yang produktif (Kinas, 2018).

Produktivitas seorang pramuniaga dalam perusahaan yang sebelumnya telah dibangun tentu saja masih dapat dirusak, baik secara langsung maupun tidak langsung oleh berbagai perilaku pramuniaga. Bentuk perilaku pramuniaga yang dapat merusak tersebut adalah keinginan berpindah (intensi *turnover*) yang berujung pada keputusan pramuniaga untuk meninggalkan pekerjaannya (Dianriasning, 2018).

Menurut Tnay, Othman, Siong dan Lim (2013) perilaku manajemen sumber daya manusia yang buruk dapat mengakibatkan kerugian besar, seperti meningkatnya keinginan pramuniaga untuk meninggalkan pekerjaannya atau disebut dengan intensi *turnover*. Ketika seorang pramuniaga telah berkeinginan untuk meninggalkan perusahaan maka yang akan terjadi kemungkinan besar adalah *turnover*. *Turnover* yang terjadi secara terus menerus bisa menyulitkan perusahaan karena perusahaan kehilangan sejumlah pramuniaga dan kehilangan tersebut berakibatkan perusahaan harus mencari

pramuniaga yang baru. Tnay, Othman, Siong dan Lim (2013) mengungkapkan bahwa di dalam lingkungan kerja saat ini, pokok permasalahan intensi *turnover* pramuniaga telah meningkat luar biasa.

Ketika seorang pramuniaga melakukan *turnover* maka yang sebelumnya terjadi adalah intensi *turnover*, dengan secara tidak langsung telah membuat berkurangnya tingkat produktivitas di dalam sebuah perusahaan. Selain itu, perusahaan akan mengalami kerugian lain karena diperlukannya biaya tambahan untuk melakukan rekrutmen pramuniaga yang baru. Bahkan beberapa personalia mengalami frustrasi ketika mengetahui bahwa proses rekrutmen yang telah berhasil menjaring pramuniaga yang baik dan berkualitas namun pada akhirnya sia-sia karena pramuniaga yang baru direkrut tersebut memilih bekerja di tempat lain (Lathifah, 2008).

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada personalia Matahari *Department Store* Lippo pada tanggal 23 Mei 2019, menyatakan bahwa hampir setiap bulan membuka lowongan pekerjaan untuk bagian pramuniaga.

Menurut Robbins (2003) ada kalanya pergantian karena *turnover* memberikan dampak yang baik untuk kemajuan perusahaan. Terutama untuk pramuniaga yang memiliki kinerja yang rendah. Sebagian besar justru berdampak buruk terhadap perusahaan, baik dari segi biaya maupun dari segi hilangnya waktu dan kesempatan untuk memanfaatkan peluang yang ada di dalam suatu perusahaan. Intensi *turnover* adalah niat berpindah pekerjaan yang muncul dari dalam diri individu untuk meninggalkan suatu perusahaan

baik secara sukarela (*voluntary*) maupun tidak sukarela (*involuntary*). Hal ini merupakan pukulan berat bagi perusahaan terlebih lagi dalam hal mempertahankan tenaga kerja yang produktif.

Aamodt (2007) mengatakan terdapat dampak negatif dan kerugian bagi perusahaan dapat muncul akibat terjadinya *turnover*, di Amerika Serikat pada sektor industri tercatat bahwa perusahaan mengalami kerugian sebanyak 1,5 jam waktu dari gaji yang mereka keluarkan untuk pramuniaga. Jika diperhitungkan perusahaan seharusnya hanya mengeluarkan \$40.000 untuk menggaji pramuniaga, namun pada kenyataannya perusahaan harus mengeluarkan \$60.000 untuk merekrut pramuniaga baru. Disamping itu pada setiap tahunnya ada sekitar 16,8% pramuniaga yang melakukan *turnover*. Menurut laporan statistik Departemen Tenaga Kerja Amerika Serikat, para pegawai hanya betah bertahan di tempat kerjanya selama 1,5 tahun. Setelah itu, banyak pegawai hebat yang memilih keluar dan mencari peluang di tempat kerja lain.

Penelitian intensi *turnover* yang dilakukan oleh Rosmana (2014) masalah kemudian muncul ketika bank-bank di Indonesia termasuk BNI tidak menggunakan perbandingan yang sama sebagai formula untuk meningkatkan loyalitas karyawannya. Bank memiliki statistik yang kurang bagus dalam penanganan sumber daya manusia (SDM). Tingkat *turnover* di bank untuk fungsi bisnis mencapai angka 25% setahun. Hanya sepertiga karyawan yang loyal. Hampir separuh karyawan berpikir untuk siap-siap pindah ke bank lain demi kemajuan kariernya. Perusahaan di Indonesia, termasuk bank, juga

menyatakan bahwa sebagian besar (8 dari 10) menghadapi masalah dalam mempertahankan karyawan terbaiknya. Pada tahun 2013 terdapat 14 jumlah karyawan masuk, dan terdapat 6 karyawan keluar, dengan jumlah presentase *turnover* sebanyak 3,33%.

Mobley (1986) berpendapat bahwa intensi *turnover* merupakan keinginan seorang pramuniaga untuk berpindah ke pekerjaan lain yang merupakan gejala awal terjadinya *turnover* di dalam sebuah perusahaan, kemudian sebagai tanda keinginan berhentinya seorang pramuniaga baik secara di sengaja maupun tidak. Jika angka jumlah pramuniaga yang meninggalkan perusahaan tinggi, beban kerja dan lembur untuk pramuniaga yang sudah ada akan meningkat, maka mungkin mengurangi level produktifitas yang berakibat terhadap semangat kerja pramuniaga lain yang rendah dan berdampak pada kinerja secara keseluruhan sehingga untuk memperoleh produktifitas dan kinerja yang tinggi adalah penting bagi perusahaan untuk memperoleh dukungan dan kontribusi pramuniaga (Tnay, Othman, Siong dan Lim, 2013).

Peneliti melakukan observasi secara langsung dan wawancara pada tanggal 17 Oktober 2019 di Matahari *Department Store* Lippo kepada personalia kemudian tanggal 1 Desember 2019 di Matahari Hartono *Mall* kepada HRD (*Human Resources Development*) dan 10 (sepuluh) pramuniaga dengan kisaran usia 18-30 tahun. Matahari *Department Store* Lippo dan Hartono *Mall* memiliki dua sebutan untuk pramuniaga yaitu *sales associate* dan *sales promotion girl* sebanyak kurang lebih 70 orang di Lippo Plaza

Yogyakarta dan sebanyak kurang lebih 130 orang di Hartono Mall. *Sales associate* di Matahari *Department Store* bertugas memegang *brand* dalam Matahari seperti Nevada, Cole, Connexion, dan New Era. SPG (*sales promotion girl*) memegang *brand* luar dari Matahari seperti, Make Over, Cardinal, Lois, Huer, 3Second, dan Yongki Komalad.

Aspek-aspek intensi *turnover* menurut Mobley (1986) yaitu memikirkan untuk keluar (*Thinking of Quitting*), pencarian alternatif pekerjaan (*Intention to search for alternatives*), dan niat untuk keluar (*Intention to Quit*). Pada aspek pertama yaitu memikirkan untuk keluar (*Thinking of Quitting*), berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan di Matahari *Department Store* Lippo dan Hartono Mall, ditemukan 5 dari 8 pramuniaga mengaku bahwa subjek ditawarkan oleh temannya yang bekerja di tempat lain untuk keluar dari pekerjaannya yang sekarang dan bekerja di tempat temannya tersebut yang memiliki pekerjaan lebih santai dan gaji lebih tinggi. Hal tersebut membuat pramuniaga memikirkan lagi untuk keluar dari perusahaan dan menjadi pertimbangan untuk dirinya.

Pada aspek kedua yaitu pencarian alternatif pekerjaan (*Intention to search for alternatives*), berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan di Matahari *Department Store* Lippo dan Hartono Mall, ditemukan 5 dari 8 pramuniaga mengaku dalam waktu beberapa minggu belakangan ini sering bertanya-tanya kepada teman sepekerjaannya apakah ada lowongan pekerjaan bahkan tidak jarang juga melihat iklan lowongan

pekerjaan di media sosial. Hal ini dapat dikatakan bahwa pramuniaga tersebut sedang pencarian alternatif pekerjaan (*Intention to search for alternatives*).

Pada aspek ketiga yaitu niat untuk keluar (*Intention to Quit*) berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan di Matahari *Department Store* Lippo dan Hartono Mall, ditemukan 5 dari 8 pramuniaga terlihat bahwa subjek belum sampai pada tahap ini dikarenakan proses *resign* yang harus di ajukan satu bulan sebelum waktu *resign*, subjek menyatakan bahwa sebetulnya boleh saja mengajukan *resign* namun dengan prosesnya yang lama maka rata-rata memilih bertahan di perusahaan. Dari hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa 5 dari 8 pramuniaga memiliki intensi *turnover*. Perilaku yang dimunculkan oleh 5 dari 8 pramuniaga ini sesuai dengan aspek intensi *turnover* menurut Mobley (1986).

Selain faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya intensi *turnover* yang telah dijelaskan diatas, ada juga faktor-faktor intensi *turnover* menurut Hairiah dan Faslah (2017) yaitu ketidaknyamanan kerja (*job insecurity*), pengembangan karier (*career development*), kepuasan kerja (*job satisfaction*), dan keterlibatan kerja (*job involvement*).

Kerugian lain dari intensi *turnover* yang mungkin muncul menurut Pratiwi dan Riyono (2017) adalah perilaku kontra produktif pramuniaga dalam bekerja. Contoh perilaku tersebut diantaranya adalah datang terlambat tanpa merasa bersalah, kurang fokus dalam bekerja, dan menggunakan waktu kerja untuk kegiatan-kegiatan lain seperti bermain *game* atau mengobrol dengan rekan kerja yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa pramuniaga berindikasi

memiliki *job involvement* yang rendah. Perilaku kontra produktif tersebut bertolak belakang terhadap aspek-aspek *job involvement* menurut Luthans (2006) yaitu menjadikan pekerjaan sebagai minat hidup yang utama, berpartisipasi aktif dalam pekerjaan, menganggap performa sebagai hal penting bagi dirinya dan menganggap kinerja konsisten dengan konsep dirinya.

Masalah yang ada di dalam perusahaan saat ini seperti adanya *job involvement* yang rendah pada diri pramuniaga yang mengakibatkan tingginya tingkat intensi *turnover* pada pramuniaga. Akhirnya, dalam situasi tersebut tidak dapat membantu dalam pemuasan kebutuhan setiap pramuniaga akan tanggung jawab, prestasi dan peningkatan harga diri (Faslah, 2010). Adanya *job involvement*, pramuniaga akan merasa berpartisipasi aktif dalam pengambilan keputusan serta merasa menjadi bagian yang penting di dalam perusahaan. Pramuniaga tidak serta-merta diposisikan sebagai seseorang yang bertujuan untuk mencari nafkah, tetapi seseorang yang memiliki peran penting bagi kemajuan perusahaan di perusahaan (Archandar, 2010).

Perilaku dan bentuk pramuniaga dapat beranekaragam, baik yang menguntungkan maupun merugikan perusahaan. Ketika perilaku pramuniaga merugikan bagi perusahaan, seperti muncul keinginan untuk melakukan intensi *turnover* yang berdampak pada keputusan pramuniaga meninggalkan perusahaan (Subawa dan Utama, 2015). Tingginya tingkat intensi *turnover* telah menjadi masalah yang serius bagi suatu perusahaan. Pramuniaga sebagai aset perusahaan harus diperhatikan perkembangannya sehingga selalu mendapatkan hasil yang optimal. Salah satu cara agar tetap mempertahankan

keanggotaan di suatu perusahaan adalah meningkatkan kualitas kerja pramuniaga dengan *job involvement* pramuniaga di perusahaan, karena *job involvement* menyangkut pada masalah keaktifan partisipasi dalam pekerjaan sehingga pramuniaga tidak berpikir untuk melakukan intensi *turnover* (Hairah dan Faslah, 2017).

Terdapat pernyataan umum di antara berbagai peneliti bahwa pramuniaga dengan tingkat *job involvement* yang tinggi akan menempatkan pekerjaan mereka di pusat kepentingan secara keseluruhan. Sementara itu, pramuniaga dengan tingkat *job involvement* yang rendah berkonsentrasi pada kepentingan lain daripada pekerjaan mereka, dan akan menjadi kurang kreatif dan inovatif (Abdallah, dkk, 2017). Tingkat *job involvement* yang tinggi membuat pramuniaga secara terus menerus meningkatkan prestasi di dalam pekerjaannya dan meningkatkan motivasi bekerja pada dalam diri setiap pramuniaga (Widyacahya dan Wulandari, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Chughtai (2008) memfokuskan *job involvement* yang tinggi antara pramuniaga dapat menjadi efektif untuk meningkatkan kedua bentuk kinerja serta akan mendorong sikap yang lebih positif dan perilaku yang baik. Riza, Prohimi, dan Juariyah, (2017) mengungkapkan bahwa memiliki *job involvement* yang rendah pada diri pramuniaga mengakibatkan kurangnya komitmen pramuniaga terhadap perusahaan pada tingkat kinerja yang rendah ditunjukkan oleh pramuniaga. Pramuniaga akan menganggap bahwa partisipasi mereka tidak terlalu dibutuhkan oleh perusahaan.

Penelitian *job involvement* yang dilakukan oleh Safitri (2015) dikategorikan menjadi dua yaitu tinggi dan rendah. Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat 123 subjek dengan persentase 55,7% termasuk dalam kategori memiliki *job involvement* rendah dan 98 subjek dengan persentase 44,3% memiliki iklim *job involvement* tinggi.

Hairiah dan Faslah (2017) menyatakan bahwa *job involvement* yang tinggi dapat dilihat dari sejauh mana pramuniaga memihak pekerjaannya. Semakin tinggi *job involvement* semakin tinggi juga tingkat kepedulian karyawan terhadap tugasnya. Hal ini tercermin dari sumbangan ide untuk kemajuan perusahaan, mentaati peraturan perusahaan, dan mendukung kebijakan perusahaan. Namun, *job involvement* yang rendah mencerminkan sikap tidak bersungguh-sungguh melibatkan dirinya pada pekerjaan dan menunjukkan bahwa pekerjaan bukan aspek penting dalam hidupnya. Menurut Faslah (2010) dalam jurnalnya, *job involvement* yang rendah berpengaruh terhadap keinginan berpindah yang tinggi pada karyawan.

Menurut Luthans (2006) *job involvement* adalah keterlibatan secara mental dan emosional pramuniaga dalam situasi berkelompok di sebuah perusahaan untuk memberikan kontribusi kepada tujuan dan berbagai tanggung jawab pencapaian di perusahaan. *Job involvement* akan terjadi apabila pramuniaga dari sebuah perusahaan menempatkan dirinya mulai dari peran secara fisik, kognitif, dan emosional ketika bekerja.

Aspek-aspek *job involvement* menurut Luthans (2006) yaitu menjadikan pekerjaan sebagai minat utama, berpartisipasi aktif dalam

pekerjaan, menganggap performa sebagai hal penting bagi dirinya, dan menganggap kinerja konsisten dengan konsep dirinya.

Peneliti melakukan observasi secara langsung dan wawancara pada tanggal 17 Oktober 2019 di Matahari *Department Store* Lippo dan Hartono *Mall* pada pramuniaga Matahari *Department Store* dengan kisaran usia 18-30 tahun yang dipilih langsung oleh personalia. Pada aspek pertama yaitu menjadikan pekerjaan sebagai minat hidup yang utama, ditemukan melalui hasil wawancara bahwa 6 dari 8 pramuniaga mengaku sering terlambat dalam masuk *shift* kerja, bahkan subjek terkadang melakukan pekerjaan di latarbelakangi takut dimarahi atasan jika tidak bekerja dengan baik, kemudian dengan hasil observasi 6 dari 8 pramuniaga tersebut melakukan pengisian absen dengan keterlambatan waktu 10 menit dari jam yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Pada aspek ketiga, yaitu menganggap performa sebagai hal penting dalam dirinya, ditemukan melalui hasil wawancara 6 dari 8 pramuniaga mengatakan bahwa jika subjek tidak dapat menyelesaikan pekerjaannya pada hari itu juga, maka akan melanjutkannya esok hari, kemudian dengan hasil observasi 6 dari 8 pramuniaga tersebut ketika jam kerja terkadang mereka berkumpul di titik tertentu dan melakukan aktivitas lain seperti mengobrol atau bercerita, bahkan Matahari *Department Store* sendiri mengistilahkannya dugem, duduk bergerombol.

Pada aspek keempat, yaitu menganggap kinerja konsisten dengan konsep dirinya, ditemukan hasil wawancara 6 dari 8 pramuniaga mengatakan

bahwa, pramuniaga tersebut mengaku ketika dirinya sedang bekerja terkadang masih sering melamun bahkan bosan dengan pekerjaannya. Dari hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa 6 dari 8 pramuniaga memiliki *job involvement* yang bermasalah. Perilaku yang dimunculkan oleh 6 subjek ini tidak sesuai dengan aspek *job involvement* menurut Luthans.

Menurut Ivancevick (2005) *job involvement* memiliki arti yang berbeda bagi tiap-tiap perusahaan yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Harter, Schmidt, dan Hayes (2002) yang dilakukan pada 7.939 pramuniaga di 36 perusahaan yang mengemukakan bahwa *job involvement* berhubungan dengan hasil kinerja pramuniaga, meningkatkan kepuasan pelanggan, profitabilitas, produktivitas pramuniaga, dan menurunkan tingkat *turnover* pada pramuniaga. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa *job involvement* yang lebih tinggi dapat berhubungan positif dengan kinerja pekerjaan, kurangnya absensi, *turnover*, kesuksesan, dan komitmen perusahaan (Kanungo, 1982).

Beberapa penelitian sebelumnya meneliti tentang pengaruh *job involvement* terhadap kepuasan kerja dan juga niat keluar pramuniaga. Sumarto (2009) menemukan bahwa *job involvement* pramuniaga yang tinggi terbukti mampu meningkatkan kepuasan kerja dan mampu menyurutkan niat keluar pramuniaga dan di lain pihak, Faslah (2010) menemukan bahwa *job involvement* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat keluar pramuniaga. *Job involvement* mampu membuat pramuniaga bekerja sama dengan baik (Sumarto, 2009).

Banyak sekali perusahaan yang tidak menyadari pentingnya memberikan kesempatan pramuniaga untuk terlibat secara aktif di perusahaan, misalnya seperti keterlibatan dalam mengambil keputusan, karena hal ini akan mempengaruhi rasa motivasi yang rendah jika tidak ada kesempatan untuk pramuniaga berkembang, sehingga pramuniaga merasa tidak puas (Faslah, 2010).

Berdasarkan penjelasan di atas, dikemukakan bahwa rumusan masalah untuk mengetahui kondisi terkait intensi *turnover* pada pramuniaga di Matahari *Department Store*, maka rumusan masalah yang diajukan adalah : “Apakah ada hubungan antara *job involvement* dengan intensi *turnover* pada pramuniaga di Matahari *Department Store*?”

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *job involvement* dengan intensi *turnover* pada pramuniaga di Matahari *Department Store*.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Hasil ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan mengenai hubungannya antara *job involvement* dengan intensi *turnover*, sehingga pramuniaga dapat melibatkan diri dalam bekerja.

2. Bagi peneliti lain dapat dijadikan referensi untuk meningkatkan pengetahuan tentang ada hubungan antara *job involvement* dengan intensi *turnover*, sehingga dalam penelitian selanjutnya dan yang berhubungan dengan judul penelitian dapat lebih baik. Apabila hipotesis itu terbukti, dapat memberikan perluasan cakrawala pada ilmu pengetahuan, khususnya pada disiplin ilmu psikologi industri sehingga dapat dipakai sebagai bahan untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pramuniaga yang dimana dapat memberikan informasi mengenai hubungan antara *job involvement* dengan intensi *turnover* pramuniaga sebagai umpan balik dalam mencegah munculnya intensi *turnover*.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pimpinan perusahaan sebagai bahan masukan dalam usaha pengembangan perusahaan dengan memperhatikan kebutuhan-kebutuhan dan kepentingan pegawainya sehingga terwujud lingkungan kerja yang baik dan kondusif.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan Manajemen Sumber Daya Manusia

yang berkaitan dengan *job involvement* dan Intensi *Turnover* pada pramuniaga.