

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era industri 4.0 membawa perubahan banyak sektor untuk mengikuti kemajuan teknologi yang semakin hari semakin modern terutama di bidang bisnis, karena melalui teknologi segala informasi dapat dengan mudah diakses oleh setiap individu. Revolusi industri 4.0 secara fundamental dapat mengubah cara kita hidup, bekerja dan berhubungan satu sama lain (Schwab, 2016).

Seiringnya berjalannya waktu, kemajuan teknologi pada era industri 4.0 berdampak pada perubahan karyawan yang terkenal semakin berani, kritis, cerdas dan memiliki tuntutan yang tinggi untuk kesejahteraan mereka. Terlebih jika karyawan tersebut dibekali kemampuan tinggi yang umumnya mengharapkan gaji yang besar dan mendapatkan fasilitas yang mendukung kehidupan mereka. Fakta lain yang timbul karena kemajuan teknologi di era industri 4.0 adalah banyaknya karyawan yang sering berpindah-pindah tempat kerja. Faktor-faktor yang membuat karyawan sering berpindah-pindah tempat kerja Misalnya karyawan tidak menemukan kecocokan pada budaya organisasi, lingkungan kerja hingga fleksibilitas waktu jam kerja.

Sebuah survei yang dilakukan oleh konsultan SDM global yaitu Towers Watson tahun 2014. Survei tersebut melibatkan 1.000 karyawan yang dijadikan responden dari berbagai level dan demografi yang bertujuan untuk mengetahui tingkat bertahan karyawan terhadap suatu organisasi. Dari hasil survei yang dilakukan Tower Watson menghasilkan sebanyak 66% karyawan Indonesia akan keluar dari tempat kerja dalam dua tahun ke depan dan hanya 34% yang memutuskan untuk bertahan lama di tempat kerja mereka. Survei lain juga dilakukan oleh Dale Carnegie sebuah Lembaga training keterampilan dan meningkatkan kinerja karyawan pada tahun 2018 yang menghasilkan sebanyak 30% tenaga kerja di Indonesia yang berniat mencari pekerjaan baru dalam waktu dekat dan hanya 28% karyawan di Indonesia yang memutuskan bertahan dalam jangka waktu panjang di organisasinya. Oleh karena itu berdasarkan permasalahan tersebut, maka

diperlukan upaya- upaya strategis untuk mempertahankan karyawan potensial yang sesuai dengan visi, misi dan budaya organisasi.

Keberhasilan suatu organisasi ditentukan bagaimana sumber daya manusia dalam mengelolanya. Dengan mempertahankan kinerja manusia yang memiliki potensi baik maka suatu organisasi dapat mempertahankan kelangsungan organisasi (Putra dan Wibawa, 2015). Organisasi saat ini harus mempunyai strategi untuk mempertahankan karyawan yang memiliki potensi kinerja yang baik pada organisasinya, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan strategi *employer branding*. Menurut (Lloyd, 2002) *Employer Branding* adalah usaha dari sebuah organisasi untuk mengkomunikasikan kepada karyawan yang sudah bekerja maupun calon karyawan bahwa perusahaan mereka adalah tempat yang diinginkan untuk bekerja. *Employer branding* adalah kemampuan organisasi dalam membangun citra organisasi yang baik kepada para pelamar maupun karyawan tetap yang dapat meyakinkan serta membuat mereka untuk nyaman bekerja di organisasi. Dengan menerapkan *employer branding* organisasi diharapkan dapat mengkomunikasikan kepada karyawan yang sudah bekerja maupun calon pelamar bahwa organisasi tersebut adalah pilihan yang tepat untuk bekerja. Penelitian menurut Muma, et al. (2019) yang berjudul “*Influence of Employer Branding Strategies on Retention of Employees in Universities in Kenya*” yang mengatakan bahwa karyawan bertahan di organisasi karena pengaruh dari employer branding strategy perusahaan itu sendiri. Dimana pada penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *branding* organisasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap retensi karyawan. Namun penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Hadi dan Ahmed (2018) yang berjudul “*Role of Employer Branding Dimensions on Employee Retention: Evidence from Educational Sector*” yang menyatakan bahwa *employer branding* tidak berpengaruh terhadap *employee retention*.

Selain *employer branding* menurut Mathis dan Jackson (2011), bahwa *employee retention* juga dipengaruhi oleh pengembangan karir secara signifikan. Pengembangan karir merupakan proses dari pengidentifikasi kemampuan karir karyawan dengan melalui penerapan model yang benar untuk mendapatkannya (Haryani, 2013). Pengembangan karir juga dapat memberikan kesempatan untuk

pelatihan, promosi jabatan dan pengembangan keterampilan guna meningkatkan kerja karyawan dalam suatu organisasi (Meyer & Smith, 2000). Penelitian yang dilakukan oleh Kwenin (2013) juga mengatakan bahwa organisasi yang memberikan pelatihan, fasilitas pendidikan kepada karyawan, maka karyawan tersebut lebih berkomitmen dan setia kepada organisasi dan karyawan yang diberikan pendidikan serta pelatihan akan berdampak terhadap produktifitas kinerja karyawan. Penelitian menurut Suta dan Ardana (2019) yang berjudul “Pengaruh Kompensasi, Persepsi Dukungan Organisasi dan Pengembangan Karir Terhadap Retensi Karyawan” yang mengatakan bahwa pengembangan karir memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap retensi karyawan PT BPR Gianyar Partasedana. Hal tersebut membuktikan jika pengembangan karir diterapkan dengan sangat baik di dalam sebuah organisasi maka akan meningkatkan retensi karyawan pada organisasi tersebut.

Penerapan strategi *Employer Branding* dan pengembangan karir merupakan sebuah keharusan bagi organisasi yang digunakan untuk mengidentifikasi terkait dengan kebutuhan karyawan saat ini dan juga kebutuhan di masa mendatang serta membangun image organisasi yang tepat untuk bekerja. *Employer Branding* dan pengembangan karir juga mampu menjaga karyawan terutama yang memiliki potensi kinerja yang baik di organisasi saat ini untuk tetap bertahan dan tidak berpindah ke organisasi lain atau yang disebut *Employee Retention*.

Menurut (Karthi dan Devi, 2012) *Employee Retention* merupakan suatu proses dimana karyawan didorong untuk tetap berada dalam suatu organisasi sampai proyeknya selesai atau dalam periode maksimum. Dalam sebuah organisasi mempertahankan karyawan yang memiliki potensi baik merupakan hal yang diutamakan. Dengan adanya *employee retention* organisasi diharapkan mampu memiliki kesatuan pekerja dengan kemampuan yang unik dan tidak dimiliki oleh pekerja dari organisasi kompetitor. Kemampuan unik dari organisasi bertujuan untuk membangun landasan utama dalam menghasilkan produk dan jasa yang berbeda dan tidak mudah untuk ditiru oleh organisasi pesaing (Stewart, 2012).

Employer branding dan pengembangan karir berfokus untuk lingkungan internal organisasinya, Salah satu tujuannya adalah berusaha membuat karyawan di organisasi yang sudah bekerja disana merasakan kenyamanan dan kebahagiaan

telah bekerja di organisasi tersebut dan menjadikan organisasi itu sebagai tempat untuk mengembangkan karirnya di masa depan.

Sekolah Al-Ibrah Gresik merupakan salah satu lembaga pendidikan yang terkenal di Kota Gresik, memiliki cita-cita untuk membentuk generasi Islam yang Qurani, berprestasi optimal dan berwawasan global. Sekolah Al-Ibrah merupakan salah satu organisasi yang memiliki strategi pengelolaan sumber daya manusia yang baik dan unggul di Kabupaten Gresik. Hal tersebut membuat orang tertarik dan memiliki keinginan untuk bekerja di sana. Selain itu guru pada Sekolah Al-Ibrah juga terkenal mampu bersaing dengan guru Sekolah lainnya. Al-Ibrah juga dianggap menjadi salah satu yang terbaik dalam mempertahankan guru, hal tersebut dibuktikan dengan adanya program-program untuk mempertahankan karyawan seperti penerapan lingkungan kerja yang baik dan mendukung kreatifitas dari guru, hal tersebut dibuktikan dengan diterimanya penghargaan yang diterima oleh salah satu guru Sekolah Al-Ibrah Gresik yang telah menerima penghargaan sebagai *The Best Teacher of Terpadu se-Indonesia* tahun 2016. Penghargaan tersebut diberikan karena salah satu guru di sekolah Al-Ibrah berhasil menerapkan proses pembelajaran yang kreatif kepada siswa-siswi sekolah Al-Ibrah. Selain itu Al-Ibrah juga menyediakan program pelatihan yang diberikan kepada bapak ibu guru. Al-Ibrah juga turut memberikan fasilitas berupa pembiayaan bagi guru yang ingin melanjutkan karir pendidikannya dan Al-Ibrah juga memberikan kompensasi waktu berupa cuti bagi guru menginginkan untuk melanjutkan sekolah (S2). Sekolah Al-Ibrah juga turut membantu dalam hal promosi jabatan kepada guru yang berprestasi untuk direkomendasikan kepada manajemen yayasan jika ada pergantian susunan kepengurusan organisasi. Program-Program tersebut dilakukan Al-Ibrah dengan tujuan untuk mampu mempertahankan karyawan ditengah-tengah munculnya permasalahan yang dihadapi saat ini yaitu sulitnya mencari guru agama, seperti yang dikutip di laman republika (Intan, 2019) yang menjelaskan bahwa saat ini Indonesia kekurangan guru pendidikan agama Islam. Dengan menerapkan *Employer branding* serta pengembangan karir yang kuat pada Sekolah Al-Ibrah, diharapkan mampu meningkatkan retensi agar guru bersedia untuk tetap bertahan hingga jangka waktu yang lama. Berdasarkan uraian permasalahan di atas menarik perhatian peneliti untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Employer*

Branding dan pengembangan karir Terhadap *Employee Retention* di Sekolah Al-Ibrah Gresik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang diambil penulis sebagai berikut:

1. Apakah *Employer Branding* dapat mempengaruhi *Employee Retention* di Sekolah Al-Ibrah Gresik?
2. Apakah Pengembangan Karir dapat mempengaruhi *Employee Retention* di Sekolah Al-Ibrah Gresik?
3. Apakah *Employer Branding* dan Pengembangan Karir dapat mempengaruhi *Employee Retention* di Sekolah Al-Ibrah Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *employer branding* terhadap *employee retention* di Sekolah Al-Ibrah Gresik
2. Untuk menguji pengaruh pengembangan karir terhadap *employee retention* di Sekolah Al-Ibrah Gresik
3. Untuk menguji secara simultan pengaruh *employer branding* dan pengembangan karir terhadap *employee retention* di Sekolah Al-Ibrah Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

- Bagi organisasi:

Penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan rujukan untuk meningkatkan kemampuan potensial dari karyawan serta membantu untuk meningkatkan keinginan bertahan dari karyawan (*employee retention*).

- Bagi Peneliti:

1. Dapat memperluas pengetahuan dan memperkaya pengetahuan di bidang sumber daya manusia khususnya mengenai *employer branding*, pengembangan karir dan *employee retention* di Sekolah Al-Ibrah Gresik.
2. Memberikan kontribusi sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis

3. Sarana belajar untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah yang terjadi di lingkungan sosial

